

الإعلام التنموي والبيئي

الدكتور
علي فلاح الضلاعين

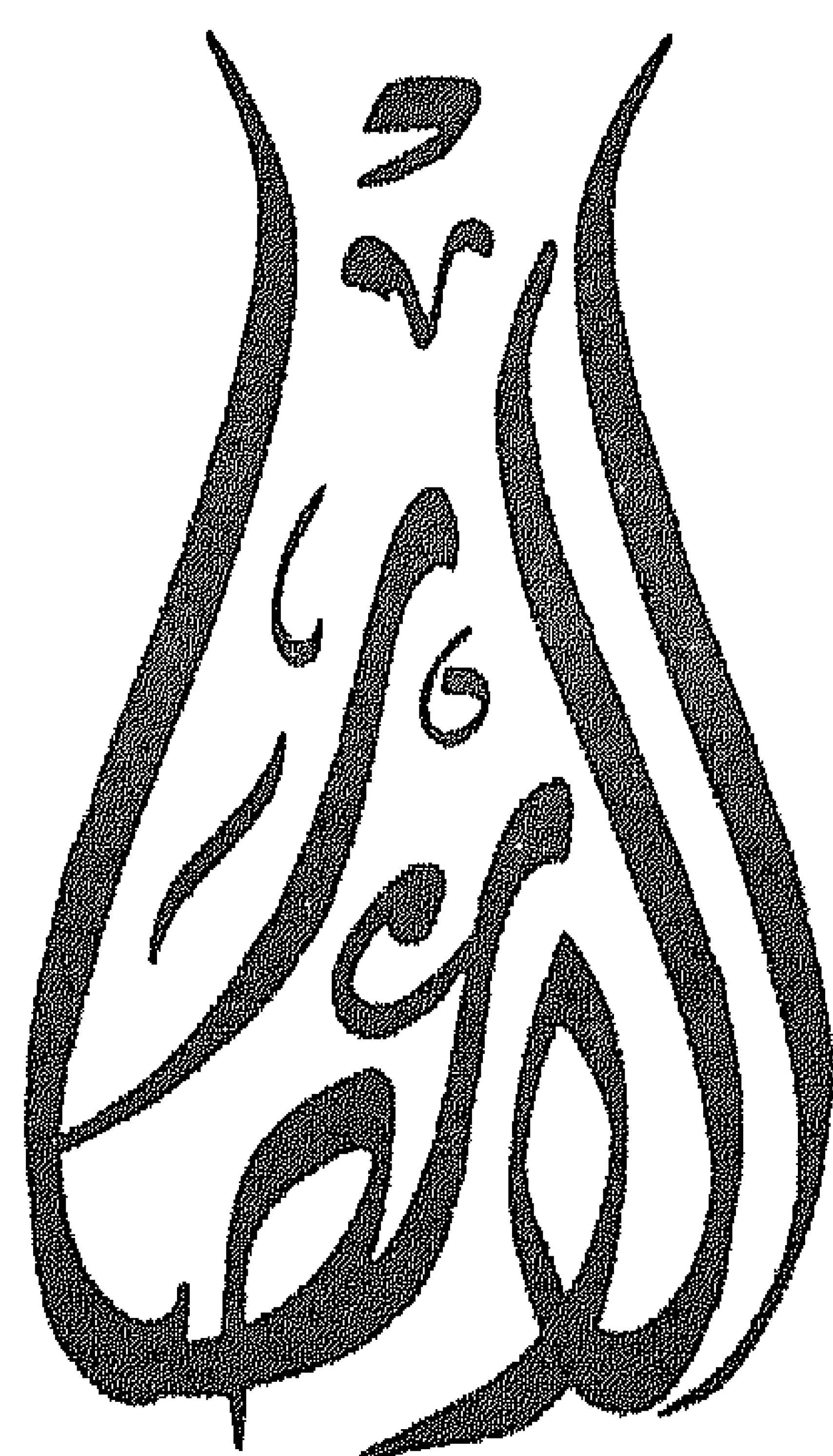
الدكتور
ماهر عودة الشمايلة

الدكتور
محمود عزت اللحام

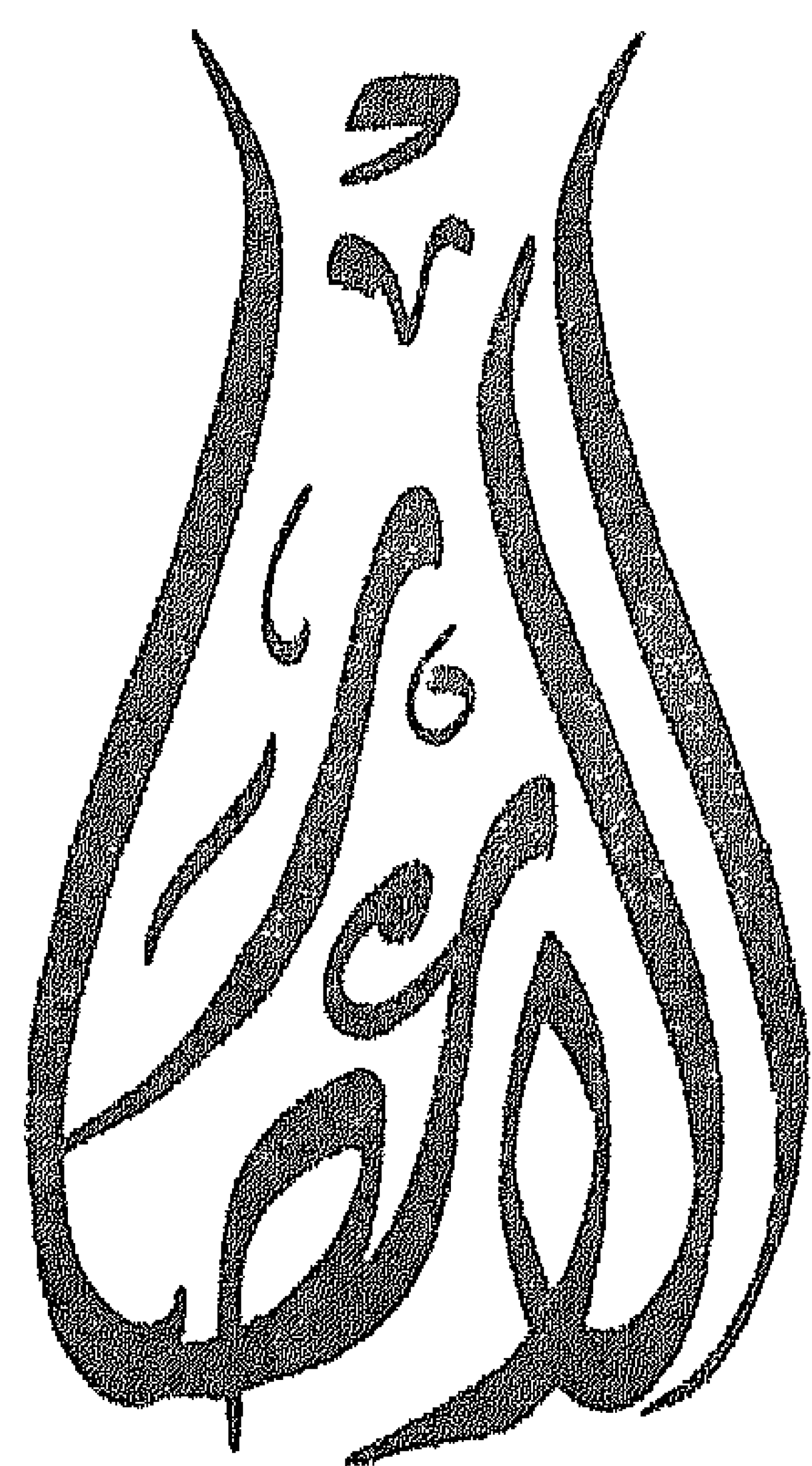
الدكتور
مصطفى يوسف كافي

الإعصار للنشر والتوزيع

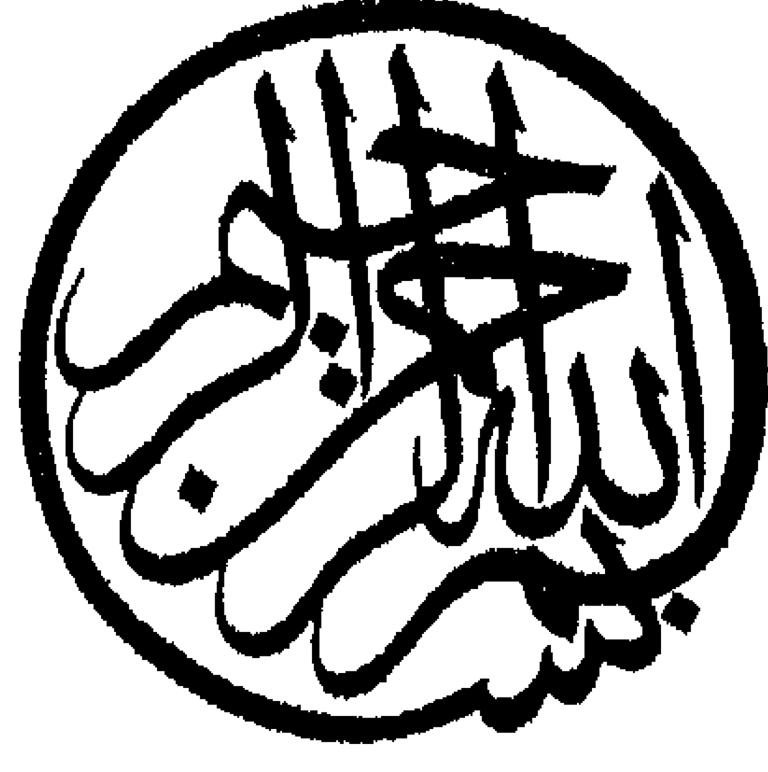
مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع



للنشر والتوزيع



للنشر والتوزيع



الإعلام التنموي والبيئي

الإعلام التنموي والبيئي

تأليف

الدكتور
علي فلاح الضلاعين

الدكتور
ماهر عودة الشمايلة

الدكتور
محمود عزت اللحام

الدكتور
مصطفى يوسف كافي

الطبعة الأولى
2015م – 1436هـ

دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع

مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية (2014/1/166)

302.2

الإعلام التنموي والبيئي/ علي فلاح الضلاعين ..واخرون.- عمان : مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع ، 2014

( )ص

ر.إ. : 2014/1/166

الواصفات : /الإعلام//التنمية

• يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى.

الطبعة العربية الأولى

2015م – 1436هـ

مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع

عمان – وسط البلد – ش. السلط – مجمع الفحيص التجاري
تلفاكس 4632739 ص.ب. 8244 عمان 11121 الأردن
عمان – ش. الملكة رانيا العبد الله – مقابل كلية الزراعة – مجمع سمارة التجاري
www: muj-arabi-pub.com
Email: Info@ muj-arabi-pub.com
Email: Moj_pub@yahoo.com

دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع

الأردن – عمان – وسط البلد – شارع الملك حسين
مجمع الفحيص التجاري
هاتف: 96264646208+ فاكس: 96264646470+
الأردن – عمان-مرج الحمام – شارع الكنيسة -مقابل كلية القدس
هاتف: 96265713906+ فاكس: 96265713907+
جوال: 797950880 – 00962
info@al-esar.com – www.al-esar.com

ISBN 978-9957-83-428-9 (ردمك)

إهداء

إلى روح أبي العزيز: "يوسف" !

إلى والدتي العزيزة سميحة !

إلى زوجتي الغالية. . . . وأبنائي الأحبة. . !

إلى كل الذين يعملون بصمت وإصرار من أجل

بناء ونهضة بلدي الحبيب سوريا .

د . مصطفى

المحتويات

الموضوع	الصفحة

الفصل الثامن

الفصل التاسع

الفصل العاشر

الفصل الحادي عشر

الفصل الثاني عشر

الفصل الثالث عشر

الفصل الرابع عشر

الفصل الخامس عشر

المقدمة

يعدُ موضوع الإعلام التنموي والبيئي من المواضيع البالغة الأهمية في مجال العلوم الاجتماعية والاقتصادية والإعلامية....، كما أن رفع كفاءة الإعلام بوسائله المتعددة وأدواره الوظيفية، التنموية والبيئية والثقافية والتعليمية والتربوية والصحفية في المجتمعات النامية والعربية، لن يتحقق في غياب قدر من التكامل في وظائف هياكل البنية الاجتماعية والاقتصادية والثقافية في المجتمع. كما يساعد الإعلام البيئي والتنموي على رفع مستوى الحياة، وتحسين نوعية الحياة في المجتمعات المحلية فيما إذا استطاع التعبير بطريقة محسوسة عن القيم الاجتماعية العليا التي تدعو إليها الحضارة الإنسانية.

وينبغي فهم الإعلام على أنه من الحسنات الاجتماعية والمنتجات الثقافية وليس سلعة أو بضاعة مادية.

هذا الكتاب فقد تمت هندسته في تسعة عشر فصلاً كما يلي:

1. ماهية الإعلام وأهميته.
2. تطور وسائل الإعلام.
3. الوظائف العامة لأجهزة الإعلان والاتصال.
4. حجم القوة الإعلامية المعاصرة واستطاعتها.
5. العوائق الإعلامية.
6. النظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال.
7. الإعلام والرأي العام.
8. عمالقة وسائل الإعلام .
9. مفهوم التنمية ومدلولها.
10. الإعلام التنموي.
11. متطلبات وضرورات الإعلام التنموي.

12. التخطيط الإعلامي و التنمية.
13. دور الإعلام في التوعية السكانية والبيئية.
14. الإعلام والتربية البيئية.
15. واقع الإعلام العربي(سماته – تحدياته).
16. العولمة الإعلامية والبيئة.
17. ماهية وجوهر الإعلام الأمني.
18. الإعلام العربي التنموي البيئي.. ورؤى مستقبلية.
19. الاقتراحات والتوصيات.

أما بعد، فقد كتبت هذا الكتاب بدافع الفضول العلمي بما له من الأهمية لهذا النوع المستحدث والمعاصر من العلوم الاقتصادية والإعلامية والاجتماعية والبيئية، وتحت ضغط الشوق والحب المعرفي لاستكشاف ما يثيره من قضايا البيئة والإعلام، وما يترتب عليه من فائدة على كافة الأصعدة بوجه عام.

وأدعو الله أن أكون قد وفقت في عرض مختلف الموضوعات التي تضمنها هذا الكتاب وأن تتحقق الفائدة المرجوة لقارئه وأن يجد فيها الخاصة من الباحثين ما يحفزهم على مواصلة الاطلاع والبحث والكتابة في هذا المجال الذي لم يزل جديداً كل يوم ويتطلب الكثير من الإسهامات.

وفي ختام كلمتي هذه لا أدعي أن هذا العمل قد خلا من كل عيب، فالكمال لله وحده وفوق كل ذي علم عليم، وأسال الله التوفيق، كما أرجوه سبحانه وتعالى خير الجزاء.

والله ولي التوفيق

د. مصطفى يوسف كافي

الفصل الأول

ماهية الإعلام وأهميته

الفصل الأول

ماهية الإعلام وأهميته

يعكس الإعلام وبما فيه (الجانب الاجتماعي والجانب الجماهيري) واقع القوى السياسية والاقتصادية، كما يعكس المستوى الحضاري لمجتمع ما.

وتمثل هذه القوى الحدود التي يحدث فيها التفاعل. فالبيئة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية تحدد ملامح وسائل الاتصال الجماهيري. ويعد الإعلام شكلاً من أشكال التفاعل الإنساني كعملية اتصال مع الجمهور تهدف إلى نقل الأخبار، والآراء، والتعرف بها بقية الأحداث تحول لدى المتلقي من أفراد وجماعات والترويج لفكرة ما باتجاه تعميمها وتحقيقه. فالإعلام قناة لنقل العلم، والمعرفة، والخبر، ووسيلة لنقل الحقيقة والأكذوبة على حد سواء. فهو بطبيعة الحال فكرة ونشاط ومشاركة.

يقول الدكتور نور الدين شعبان إن كلمة الإعلام تكاد تكون مصطلحاً عربياً منفرداً يصعب إيجاد ترجمة أجنبية له، أنه يشمل جانباً من كلمة اتصال Communication وآخر من المعلومات أو أخبار Information وشيئاً بسيطاً من كلمة Rensiegnement الفرنسية.. جاء في المعجم الوسيط: أعلم فلاناً الخبر وبه، وأعلم فلاناً بالأمر حاصلاً جعله بعمله.

وفي هذا الصدد يشير (ديفيد مورتسن إلى أن الاتصال يحدث بين أناس يحاولون استخدام قوة الكلمات المنطوقة أو المكتوبة للتأثير على الآخرين). ويذهب إبراهيم الإمام إلى القول إنّ مصطلح الاتصال Communication مشتق من الأصل اللاتيني للفعل communicate، بمعنى يذيع أو يشيع عن طريق المشاركة.

ويصف كولي (Charles Cooley) الاتصال بأنه"الميكانيكية التي تنشأ عن طريقها العلاقات الإنسانية وتنمو". "وبتعبير آخر هو جميع رموز العقل مع وسائل نقلها عبر الفضاء وحفظها خلال الزمن".

أما شرام فيرجع أصل كلمة اتصال إلى الأصل اللاتينيcommunis، ومعناها common، اي الاتصال يرمي خلق جو من الألفة والاتفاق بين القائم بالاتصال والشخص المتصل به محاولاً القائم بالاتصال أن يشارك الشخص المتصل به معلوماته وأفكاره واتجاهاته لكي يتم التفاهم والتقارب الفكري والنفسي بينهما حول شيء أو فكرة أو اتجاه أو سلوك أو فعل ما.

ويعرّف شرام (Wilbur Sharamm) الاتصال بأنه" الأداة التي تجعل المجتمعات ممكنة".

والاتصال هو تبادل الأفكار والمعلومات بين الأفراد، أدواته، الأنظمة المتعددة للتواصل كما تحددها السيميولوجيا. وتقوم عملية الاتصال على تفاعل العناصر المكونة لها وهي:

- المرسل.
- مضمون الرسالة.
- والوسيلة (القناة).
- والمرسل إليه (المستقبل).

ويتوقف نجاح الاتصال أو فشل عملية الاتصال ليس فقط على علم الفرد القائم بالاتصال بموضوع الاتصال، بل وأيضاً على اعتبارات كثيرة منها: خبرته في صياغة الأفكار، واستخدام وسيلة الاتصال المناسبة لهذه الأفكار، وكفاءة استقبال وفهم تصرف الفرد الآخر الذي يستقبل هذه الأفكار.

وهناك ثلاثة أنواع من عمليات الاتصال الإنساني قد تتقاطع أحياناً فتشكل عملية اتصال واحدة، كما قد تستقبل بنفسها أحياناً أخرى وهذه الأنواع هي:

- الاتصال كعملية بيولوجية: ويتضح هذا النوع من الاتصال في كون العملية تتطلب استخدام وظائف الدماغ والأجهزة العصبية المختلفة لدى المرسل والمستقبل كي تتم عملية الاتصال.
- الاتصال كعملية سيكولوجية (نفسية): وتتوقف العملية على استخدام المثيرات في تكييف أو إحداث تغييرات في سلوك المستقبل. ويلاحظ ذلك في عمليات التسويق والإعلان.
- الاتصال كعملية اجتماعية: فعملية الاتصال لا تقتصر على العناصر المكونة لنظام الاتصال، وإنما بالظروف الاجتماعية المحيطة التي يتحدد فيها قبول الرسالة أو رفضها.

كما يمكن تشبيه الاتصالات داخل المنظمات بالدم الذي يجري في عروق الإنسان، يحمل الغذاء إلى كافة أنحاء الجسم، وبالمثل، لا يمكن تسيير أمور المنظمات، ولا يمكن للمديرين أن يؤدوا أعمالهم ما لم يكن هناك أنظمة اتصالات جيدة داخل المنظمة، وما لم يكن لديهم المهارات الفردية اللازمة للاتصال الفعال بغيرهم. وبناءً على ما سبق، يمكن القول بأن للاتصال الفضل الأكبر فيما وصلت إليه البشرية وحققته من تطور وتقدم في مختلف الميادين الاجتماعية والثقافية والتربوية والاقتصادية والسياسية والإعلامية وغيرها. كما يمكن القول أنه لولا الاتصال بين المجتمعات والأجيال المختلفة عبر العصور المتعاقبة، لما وصلنا هذا التراث الإنساني الغني بالتجارب والخبرات والاكتشافات والعلوم والمعارف.

الاتصال: هو العملية التي يتفاعل بمقتضاه متلقي ومرسل الرسالة في مضامين اجتماعية، وفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات بين الأفراد عن قضية معينة أو معنى مجرد أو واقع معين فنحن حينما نتصل نحاول أن نشرك الآخرين

ونشترك معهم في المعلومات والأفكار، فالاتصال إذاً يقوم على مشاركة المعلومات والصورة الذهنية والآراء.

◆ أهمية الإعلام والاتصال:

وقد أشار جورد ديوي في كتابه الديمقراطية والتربية إلى أهمية الاتصال كما يلي:

1. إن وجود المجتمع واستمراريته تتوقف على نقل عادات العمل والتفكير والشعور من جيل إلى آخر.
2. المساهمة في تبادل الخبرات اليومية من فرد لآخر ومن مجتمع لآخر.
3. المساهمة في التعليم والتربية والإعلام والإقناع.
4. تحقيق الطمأنينة والاستقرار والانتماء، وتأكيد من خلال تأثر الفرد بالآخرين والاندماج معهم والتأثير فيهم.

- ويمكن النظر إلى أهمية الاتصال من وجهة نظر المرسل، ومن وجهة نظر المستقبل. فمن وجهة نظر المرسل تتمثل أهمية الاتصال فيما يلي:

- الإعلام: أي نقل المعلومات والأفكار إلى المستقبل أو جمهور المستقبلين وإعلامهم عما يدور حولهم من أحداث.
- التعليم: أي تدريب وتطوير أفراد المجتمع عن طريق تزويدهم بالمعلومات والمهارات التي تؤهلهم للقيام بوظيفة معينة، وتطوير إمكانياتهم العملية وفق ما تتطلبه ظروفهم الوظيفية.
- الترفية: وذلك بالترويح عن نفوس أفراد المجتمع وتسليتهم.
- الإقناع: أي إحداث تحولات في وجهات نظر الآخرين.

- أما المستقبل فإنه ينظر إلى أهمية الاتصال من الجوانب التالية:

- فهم ما يحيط به من ظواهر وأحداث.

- تعلم مهارات وخبرات جديدة
- الراحة والمتعة والتسلية.
- الحصول على المعلومات الجديدة التي تساعد في اتخاذ القرار والتصرف بشكل مقبول اجتماعياً.

أما الإعلام فيرتكز على الاتصال، أي نقل الخبر من نقطة أو مركز وتوزيعها على عدة نقط يكون الهدف منها إما تعبئة وعي الجماهير أو إدارة النقاش حول قضايا هامة. ووظيفة الإعلام متعددة فهي تنوير الرأي العام المحلي أو الدولي.

- تكوين ثروة من المعلومات حول المجتمعات المعاصرة،
- نقل المعرفة والثقافة،
- الترفيه والتسلية وغيرها..

إن هذه الوضعية الحيوية لمكانة الاتصال في المجتمع المعاصر فرضت صياغة أخرى فلسفية وقانونية وتنظيمية لحق الاتصال واستخدام وسائله على ضوء ثلاثة متغيرات أساسية:

- حق الفرد في الاتصال (حق الاجتماع والمناقشة والمشاركة وتكوين الأحزاب والجمعيات والحصول على المعلومات والمشاركة في تكوين الرأي العام)،
- حق الجماعات السياسية (الدولة) في الاتصال بالجماعات السياسية الأخرى،
- حق المجموعة الدولية في الاتصال وتوظيف وسائله لتعزيز الإخاء والتعارف بين وحدات المجتمع الدولي.

بينما يعدد شرام Wilbur Sramm الوظائف الأساسية للاتصال والتي يمكن اعتبارها إسهاماً إيجابياً للمجتمع.فهو يقو إن الاتصال يخلق شعوراً بالانتماء إلى الوطن، وهذا الشعور كفيل بتحويل الاهتمام في المجال المحلي إلى الشؤون والاهتمامات القومية، ومن مهامه نشر وتوضيح التخطيط القومي، وتعليم

والتدريب، وإعداد الناس بوصفهم أعضاء في امة واحدة للقيام بدورهم باعتبارهم امة من بين أمم العالم.

وتشير الباحثة الفرنسية لازار Judith Lazar في كتابها (سوسيولوجيا الاتصال الجماهير) إلى الوظيفة الأساسية لوسائل الإعلام تكمن في نشر المعلومات والمعارف...وبصورة عامة يعترف الناس أنهم يحصدون جانباً كبيراً من معارفهم عن طريق وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، حيث يبين أحد الاستقصاءات التي أجريت في الولايات المتحدة على عينة من البائعين والتي انطلقت من السؤال الآتي:

من أين تحصل على المعلومات حول ما يجري في العالم؟.

تبين أن 95٪ من المستجوبين يحصلون على معارفهم عبر وسائل الإعلام، وقد بين 64٪ منهم التلفزيون على وجه الخصوص. ويحدد سيد رحيم في كتاب (الإعلام وتحديات التنمية) للمنظمة العربية والثقافية والعلوم، طبيعة الرسائل الإعلامية بأنها ذات طابع إيديولوجي، وإخباري.

فالطابع الأول: يركز على الأفكار التي تحفز على العمل، وتوجهه وتفسر العالم، ويبرز العمل الجماعي، وتخلق تضامناً اجتماعياً.

أما الطابع الثاني: موجه على زيادة الاهتمام بالمعرفة، ورفع مستوى التوغية، والقدرة على اتخاذ قرارات سليمة على المستويين الفردي والجماعي.

من ادوار وسائل الاتصال توسيع مجالات حياتنا اليومية وخلق الثروة الوطنية وتنميتها، ونقل التراث الاجتماعي للمجتمع.

ومن مهامه أيضاً التصدي (قنوات الاتصال الرديئة) كالدعاية والإشاعة. وذلك من خلال التحديد الدقيق لمضامينهم، ومدى انتشارهم، وتأثيرهم في الجمهور، وإعداد البرامج الخاص لمعالجتهم. ويبرز دورها أيضاً في مجمل الأزمات

السياسية والاجتماعية والاقتصادية في إطار: تقرير الجانب النظري والإداري، تحديد الافتراضات، الحصر الميداني وتصميم الدراسة الميدانية، تجميع البيانات وتحليلها، ورسم الانطباعات والاتجاهات العامة التي يمكن بناء البرنامج عليها، وتمثل هذه الخطوات عملية بحث علمي أن تتوافر لدى وسائل الإعلام.

ويمكن أن تستخدم وسائل الإعلام بطرائق مختلفة باختلاف القوى والأنظمة والسياسيات وهذا بدوره يحدد مهامها الحالية والمستقبلية. وعلى الرغم من الواقع المرير في الدول النامية ومنها العربية يفترض من الإعلام أن تؤدي وظيفة بوصفه جزءاً من المجهود الوطني والقومي في تحقيق المهمة الكبرى وهي التنمية والتحديث، وتحقيق الوحدة الوطنية والقومية.

فالإعلام قادر، إذا أُحسِن استخدامه، على خلق المناخ الضروري لتجسيد هذه الهداف الجوهرية، وإيجاد المكونات الحيوية كالابتكار، وإثارة دافع الانجاز، وإرساء الطموحات التربوية والتعليمية والاقتصادية، والمهنية، وتعليم المهارات الأساسية. وإذا ما استخدم فعلاً بطريقة صائبة يصبح أداة فعالة لتحقيق التكامل الوطني. ولكن دون نمو مشاعر الولاء للوطن والمشاركة الجماهيرية بطريقة متكاملة يصبح تحقيق النمو الاقتصادي متعذراً (د. جمال الجاسم المحمود — دور الإعلام في تحقيق).

أسئلة الفصل الأول
Question Of Chapter (1)

- السؤال الأول: لماذا يعد الإعلام شكلاً من أشكال التفاعل الإنساني؟ (ناقش ذلك).
- السؤال الثاني: عرّف الاتصال، وما الغاية من الاتصال، وما أنواعه؟.
- السؤال الثالث: وضح أهمية الاتصال من وجهة نظر المرسل، ومن وجهة نظر المستقبل؟.
- السؤال الرابع: يعدد شرام Wilbur Sramm الوظائف الأساسية للاتصال والتي يمكن اعتبارها إسهاماً إيجابياً للمجتمع " ناقش ذلك".
- السؤال الخامس: يقال أن الإعلام يؤدي دوراً في التنمية والتحديث، وفي تحقيق الوحدة الوطنية والقومية "ما رأيك".

الفصل الثاني

تطور وسائل الإعلام

الفصل الثاني
تطور وسائل الإعلام

لم تكن قضية البيئة والتلوث البيئي ظاهرة على السطح وفي وعي الناس في يوم كما هي في قرننا الحالي، وخاصة في النصف الثاني منه، وبالأخص في الثمانينات وطلائع التسعينات منه، حتى ولو كانت حدثت وقائع بيئية خطيرة في الماضي فعلى سبيل المثال لا الحصر العدوى الجماعية بالأمراض المعدية (الطاعون – الكوليرا– التيفوئيد– الجرب– الحصبة...الخ والموت الجماعي الناتج عنها..).

ولكن نظراً لانعدام وجود وسائل الإعلام المتطورة في ذلك الوقت لذلك لم تكن تلك الأحداث لتنتشر وتبلّغ إلى كل أطراف الدنيا بالسرعة والدقة بالشكل الذي هي عليه الآن، حتى ولم يكن المبتلون بها ليدركون تفسيراتها وأسبابها وطرق الوقاية منها، إلا أنها قدر مكتوب عليهم.

هذا وقد تطورت وسائل الإعلام ببطء شديد قبل القرن الذي نعيش فيه، فبينما وجدت أول مطبعة في العالم عام 1440، وصدرت أول مطبوعة عام 1580 وخرجت أول صحيفة أسبوعية 1605، وعرف البريد عام 1700، الخ. ولكن وكالات الأنباء العالمية المعاصرة، ووسائل الإعلام الحديثة المتطورة، التي أخبرتنا وتخبرنا بالوقائع البيئية القديمة والحديثة، وتطلعنا على الكثير مما يجري على سطح كوكبنا الذي تضاءلت مسافاته بعد الثورة العلمية– التكنولوجية– الإعلامية، ليصبح عالمنا الكبير قرية إعلامية صغيرة، يمكن الاطلاع ساعة بساعة على كل ما يجري فيه وعليه، مع توضيح الأسباب، والظواهر، والنتائج، والعلاجات..الخ.

وإن وسائل الإعلام الحديثة بكافة أنواعها هي التي أنبأتنا بأن عمر كوكبنا الأرضي الذي نعيش عليه يبلغ حوالي/ 4.5 /مليارات سنة حسب المعطيات العلمية،(وإن الديناصورات قد عاشت وسيطرت عليه أكثر من 150 مليون

سنة)[1] كطلائع للشدييات الضخمة البرية- والبحرية- والجوية- (ولكنها انقرضت فجأة منذ حوالي 65 مليون سنة)[2] بسبب تغير بيئي مفاجئ وخطير طرأ على الأرض، حسب تفسيرات مختلفة،منها: ارتطام جرم كبير بالأرض، وإثارة غبار كثيف حجب الشمس لفترة طويلة، وتسبب في إحداث البرد الشديد الذي أهلك الكثير من المخلوقات الحية العملاقة على الأرض بما فيها الديناصورات، وإن التساؤل الآن: هل يعيد التاريخ نفسه، وتنقرض هذه المرة مخلوقات حية أخرى، أكثر بما فيها الإنسان، ولكن هذه المرة قد يكون ذلك بفعل يد الإنسان نفسه...

هذا ويسمى القرن الحادي والعشرين، بعصر السرعة، وذلك بسبب تطور السريع:

لوسائل المواصلات البرية والبحرية والجوية والفضائية الحديثة والضخمة السريعة والأمينة.

كذلك تطور وسائل الإعلام من إشعال النار ودق الطبول وقرع الأجراس ثم نقل البريد على ظهور الدواب، الخ....لتتطور إلى الاتصالات السلكية واللاسلكية من التليفون اللاسلكي- إلى التلكس- والفاكس، إلى الصوت والصورة من على بعد عشرات الآلاف من الكيلومترات مثل هواتف جوال.

إمكانية الاستغناء عن الكثير من كتب الرحلات وذلك برؤية عبر التلفزيون وأفلام السينما والفيديو الملون، حتى أبعد المناطق الطبيعية، ومراقبة أحوال المناخ والطقس والفضاء وتشكل الأعاصير وحدوث الكوارث، وتفسير أمراض التلوث البيئي بكافة أنواعها الخ...

تطور وسائل الطباعة، وانتشار الصحف اليومية والمجلات والكتب والموسوعات.... وإمكانية إصدارها في أكثر من عاصمة بآن واحد.....الخ.

---

(1) موسوعة الطبيعية، مكدونالد الشرق الأوسط، مؤسسة نوفل- بيروت، لبنان،1989ص23

(2) موسوعة الطبيعية، مكدونالد الشرق الأوسط،المرجع السابقص28

الثورة الإعلامية المعلوماتية الحديثة في جمع المعلومات وترجمتها وطبعها ونقلها بالسرعة الكبيرة لآخر نقطة بالكرة الأرضية، ولذلك تطور اسم العصر الذي نعيش فيه إلى عصر سرعة انتقال المعلومات والصورة والخبر، وبالتالي اعتبار كل ذلك من أهم العوامل المميزة للشعوب المتقدمة عن الشعوب المختلفة.

هذا وقد بلغت وسائل الإعلام المعاصرة دوراً كبيراً لم تبلغه من قبل، حيث تقدم من معلومات في اليوم الواحد حجماً أكبر من كل ما قدم طيلة ما قبل قرننا الحالي. ولذلك فإنها تساهم في تربية وتوجيه سلوكية الإنسان المعاصر، ولذلك بسبب تعلقه بها، وتتبعه إرادياً لها، لما تقدمه له من الجديد، المفيد، الجميل، الممتع والمسلي، ولا غرابة أن نقرأ الإحصائيات المدهشة التالية:

يتمتع 95٪ من سكان العالم المتطور بالتلفزيون، ويقضي الإنسان الإنكليزي /12/ سنة من أصل (70) سنة أمام الشاشة الصغيرة، وكذلك تقضي الأسرة المتوسطة في البلدان المتطورة(2،6) ساعات يومياً أمام التلفزيون،هذا كما توزع في بريطانيا (668) نسخة صحيفة يومياً لكل 1000 نسخة وبالتالي تعوّد الجميع والحالة هذه على القراءة في كل مراحل الحياة، ولذلك مقابل (5) نسخ صحيفة في السودان لكل ألف نسمة فيه، كما يعمل في محطة (ب.ب.س) أكثر من 25000 موظف ومهندس وخبير، وتبث بـ/36/ لغة أجنبية مختلفة، بالإضافة إلى اللغة الإنكليزية وتعمل (24) ساعة يومياً بدون انقطاع، وتخصص للبث باللغة العربية (6) ساعات يومياً، ويبلغ حجم المستمعين العرب لها حوالي (120) مليون عربي،والمستمعين المنتظمين لأخبار لندن حوالي (10) ملايين عربي ويقوم العاملون الثمانون في القسم العربي الذي تأسس في 1938/1/2 بترجمة البرامج، وإخراجها في مجلة شهرية، "هنا لندن" وتتضمن معلومات عن البرامج المختلفة، ويمكن اعتبار إذاعة ب.ب.س أنها أكثر تأثيراً في مستمعيها كماً ونوعاً من كل الإذاعات العربية مجتمعة.

هذا ويوجد حالياً في العالم (30) ألف محطة إذاعية، و32 ألف محطة تلفزيونية، و150 وكالة أنباء عالمية، و8240 صحيفة، تبلغ نسختها اليومية (450) مليون نسخة، كما تصدر مئات المجلات والدوريات.

تستطيع وكالات الأنباء العالمية تبليغ الخبر الواحد إلى أكثر من (80) دولة في أقل من دقيقة واحدة.

ويمكن طبع الصحيفة الواحدة في أكثر من عاصمة بآن واحد.

وفي أجهزة الهاتف الحديثة التي يمكن حملها بالجيب يستطيع الإنسان أن يتحدث مع أي رقم في العالم.

لقد كانت (36) دولة في العالم تنتج الورق، الذي تراجع إنتاجه بسبب تراجع الغابات في العالم، وازدياد تكلفة الطباعة، وبالتالي تحول الإعلام المقروء إلى المسموع والمنظور.

أسئلة الفصل الثاني
Question Of Chapter(2)

السؤال الأول: تطور وسائل الإعلام من القديم إلى الحديث (وضح ذلك).

الفصل الثالث

الوظائف العامة لأجهزة الإعلام والاتصال

الفصل الثالث

الوظائف العامة لأجهزة الإعلان والاتصال

تعتبر أجهزة الإعلام بمنزلة الجهاز العصبي للثقافة داخل أي مجتمع، وقد أصبحت وظائف الإعلام لا حدود لها، وهي تتجاوز وظائف نشر الأنباء والمعلومات إلى بث الأفكار، وتحليل الأحداث والتعليم والتربية والتثقيف في كافة المجالات، ويمكن حصر الوظائف الأساسية لأجهزة الإعلام في النقاط التالية:

1. الوظيفة الإعلامية: المتمثلة في جمع الأنباء والبيانات والصور والتعليقات وبثها بعد معالجتها ووضعها في الإطار الملائم من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والدولية، وتمكين متلقي الخبر من الوصول إلى وضع يسمح له فيه باتخاذ القرار السليم.
2. وظيفة التوجيه والمشاركة: وذلك بتوفير رصيد مشترك من المعلومات والمعارف، مما يدعم التآزر، والتعايش والعمل المشترك.
3. خلق الحوافز والدوافع، واستحثاث الهمم وتشجيع التطلعات الفردية والجماعية.
4. الحوار والنقاش: تبادل المعلومات، وتلاقى الأفكار، وتوضيح مختلف وجهات النظر، واستجلاء المعطيات الرئيسية، وخلق أرضية للعمل الذي يتمشى مع المصلحة العامة على مختلف مستوياتها (المحلية– القطرية– الدولية).
5. التكامل والتفاهم: بتمكين الأفراد والمجموعات والأمم من إبلاغ أصواتهم وآرائهم بما يكفل فرص الاطلاع والتفاهم والتعرف على ظروف معيشة الآخرين، ووجهات نظرهم وتطلعاتهم.
6. خدمة المجتمع وتلبية حاجة المجموعة والمجتمعات ككل، بإعلامها بشكل صحيح بالشؤون السياسية والأحداث الدولية والمحلية، وظروف المناخ والبيئة......الخ. وإن الأحزاب السياسية والجامعات ومعاهد البحوث وكافة الهيئات الاجتماعية الأخرى معنية في الأمر.

7. استخدام أجهزة الإعلام في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتربوية والثقافية والبيئية والإيديولوجية...الخ.
8. وبالتالي إمكانية استخدام وسائل الإعلام في:

أ) التثقيف والتربية بنشر المعرفة وتفتيح الأذهان، وتكوين الشخصية، وشحذ الكفاءات، وتنمية الذوق وتهذيبه، واستيعاب كل ما ينمي طاقات الإنسان طيلة حياته، وتوسيع آفاقه، وإشباع تطلعاته إلى الخير والجمال.

ب) النهوض بالإنتاج الفكري: ونشر الإنتاج في مجالات الأدب والفن والابتكار الفكري واليدوي...الخ.

ج) التفاعل مع المحيط الاجتماعي، والسعي إلى الارتقاء به إلى منزلة أسمى.

د) الترفيه: الذي يغري الإنسان السامع والمتفرج والقارئ وشده على المتابعة، وخاصة الترفية المفيد في تقديم وعرض التشيليات الروائية، والمسرحيات، والأفلام، وفرق الموسيقى، والرقص، والرياضة، والألعاب، بالاعتماد على الكتاب والصور والأصوات والرموز بهدف التسلية والترفيه والفائدة، وإمكانية ربط البيئة في كل ذلك.

ه) وكل هذا يقتضي: إقرار الحرية الديمقراطية الثقافية والإعلامية، لأن الحق في الثقافة معترف به ضمن الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، وبالتالي ضرورة توفير المناخ الديمقراطي الثقافي، وإفساح المجال أمام كل من يأنس في نفسه المقدرة على الإسهام في إنتاج وترويج المادة الثقافية والبيئية بكافة سبل ووسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة....الخ. وتشجيع الفن والأدب والرسم والنحت والمسرح... الخ.

أسئلة الفصل الثالث

Question Of Chapter(3)

- السؤال الأول: تعتبر أجهزة الإعلام بمنزلة الجهاز العصبي للثقافة داخل أي مجتمع (علل ذلك).
- السؤال الثاني: تحدث عن الوظائف الأساسية لأجهزة الإعلام؟.
- السؤال الثالث: ما هي إمكانية استخدام وسائل الإعلام في العصر الراهن؟.

الفصل الرابع

حجم القوة الإعلامية المعاصرة واستطاعتها

الفصل الرابع

حجم القوة الإعلامية المعاصرة واستطاعتها

لقد بلغ حجم القوة الإعلامية في العالم مبلغاً كبيراً، لدرجة أصبح من الصعب السيطرة عليه وتوجيهه بشكل كلي، هذا ومن خلال الإحصائيات التالية يمكن إدراك ذلك حيث يوجد في الولايات المتحدة الأمريكية لوحدها:

- حوالي 8000 محطة إذاعية وتلفازية تجارية.
- حوالي 1000 محطة إذاعية جامعية.
- حوالي 2000 جريد يومية.
- حوالي 7000 مجلة أسبوعية.
- حوالي 300 صحيفة ومجلة ودورية تصدرها المنظمات الصهيونية الأمريكية.

وتسيطر الولايات المتحدة الأمريكية على: 75٪ من السيل العالمي لبرامج التلفزيون، 50٪ من مدة عرض الأفلام السينمائية، 35٪ من الكتب، 90٪ من أخبار التلفاز، 60٪ من إنتاج اسطوانات الجرامافون وكاسيتات التسجيل، 82٪ من إنتاج المعدات الالكترونية المستخدمة في مجالات الاتصالات الجماهيرية، 89٪ من المعلومات المجموعة والمخزونة في الحاسبات الالكترونية. هذا وتصدر U.S.A 200000 ساعة من البرامج التلفزيونية سنوياً.

كما أن لديها دور إخراج سينمائي تنتج/ 200/ فيلم جديد سنوياً، وصناعة نشر كتب يبلغ رأسماليها (1) مليار دولار[1].

وفي بعض عواصم الولايات المتحدة الأمريكية الرئيسة يوجد /6/ قنوات تلفزيونية محلية، 30– 40 محطة مذياع، لدرجة تحويل السماء إلى شاشة يكتب عليها بالدخان.

(1) هربرت اشيللر، ترجمة عبد السلام رضوان، المتلاعبون بالعقول، سلسلة عالم المعرفة، العدد رقم 106، الكويت، ص27.

هذا وتملك البرجوازية اليهودية الكبيرة (نصف الصحف والمجلات الصادرة في الولايات المتحدة الأمريكية وعلى نصف محطات الإذاعة وعلى ربع نقاط الصحف والمجلات والوكالات الصحفية الأمريكية).

وتذيع إذاعة صوت أمريكا بـ 43 لغة منها اللغة العربية.

وإن سرعة الحصول على المعلومات وتوزيعها بلغت حداً مذهلاً، فوكالة الأنباء الواحدة تستطيع أن تبث الخبر الواحد خلال دقيقة واحدة إلى (80) دولة في العالم.

وأصبح لهذه الوسائل الحصة الأكبر من التأثير الإعلامي والسياسي والاجتماعي والإيديولوجية والسيكولوجي والثقافي في كافة أنحاء العالم.

وإن سرعة تقادم المعلومات، وتراكمها، وإمكانية تخزينها في بنوك المعلومات واستحضارها بأقصى سرعة ممكنة عند اللازم..وسرعة تجدد هذه المعلومات ومضاعفتها كل خمس سنوات...الخ، ولا سيما في عهد الحاسوب الذي يعتبر الكثيرون من العلماء: (أن من لا يعرف الحاسوب يعتبر أمياً في عصر التسعينيات).

وهكذا أصبح باستطاعة وسائل الإعلام الحديثة توجيه الرأي العام الاجتماعي إلى ما يفيده، وخلق الوعي الوقائي في كافة المجالات، والقيام بكل الأدوار الهامة في بلوغ الغايات والأهداف الاجتماعية الكبرى، بأسرع وقت، وأقل التكاليف، وأيسر السبل، ولا سيما أن الإعلام الحديث جديد في أسلوبه، ومضمونه ومناهجه، وتعتبر وسائله أحدث الوسائل المميزة للعصر الحاضر، حتى في مجال المخابرات العالمية الحديثة التي تحصل عن طريقها على كل أسرار الخصم، وتبلغ عن طريقها كل ما تريد سياسياً وإيديولوجيا، وثقافياً.

هذا ولو أن وسائل الإعلام المعاصرة العالمية والإقليمية والقطرية،خصصت للعناية بالبيئة $\left(\frac{1}{10}\right)$ ما خصصته وتخصصه للدعايات التجارية والأغاني

العاطفية وتسويق المواضيع العقيمة، لفهم كل إنسان دوره في وقاية وحماية وصياغة البيئة، وأحسن علاقاته الأمامية والخلفية بها، ولكان عالمنا المعاصر، والمستقبلي بأفضل مما هو أو ما سيكون عليه.

فعلى سبيل المثال شاهد مونديال العالم الأخير في سيؤول/ كوريا الجنوبية أكثر من /18/ مليار شاهد في العالم خلال فترة أقل من نصف شهر، وهكذا يمكن الاستفادة من وسائل الإعلام بكثافة في المجالات الأخرى. وخاصة البيئة منها.

الفصل الخامس

العوائق الإعلامية

الفصل الخامس

العوائـق الإعلاميـــة

يعتبر الجهل والفقر والتخلف بشكل عام من أهم العوائق الإعلامية التي تحول دون وصول الرسالة الإعلامية المعاصرة إلى ملايين كثيرة من بني البشر، ولا سيما أنه حسب المقاييس المعتمدة في هيئة الأمم في المجال الاقتصادي، والمدعمة بمؤشر إعلامي مستمد من تقرير الأمين العام للأمم المتحدة إلى الدورة الثالثة والثلاثين الوثيقة (144/23/أ) التي يعتبر فيها توفر /200– 250/ جهاز راديو– تلفاز– ونسخ صحف لكل ألف ساكن، كمعدل يسمح بتغطية إعلامية كافية داخل كل مجموعة بشرية، إلا أنه يوجد هنالك الكثير من الشعوب من هم دون هذا المستوى، حيث أن شعوب (66) بلداً في فرنسا وآسيا وأمريكا اللاتينية، تعاني من انعدام أو تخلف وسائل الإعلام لديها منها: (26) بلد في أفريقيا تفتقر إلى كل مقومات الحياة والتقدم، وإن شعوب (10) بلدان في آسيا وأمريكا اللاتينية لا وجود فيها لأية مؤسسات وطنية للإعلام، وخاصة التلفزة، كما انه لا وجود للصحة في الكثير منها باستثناء النشرات اليومية التي تصدرها وزارات الإعلام في البعض من هذه البلدان بمعدل لا يتجاوز خمس نسخ/لكل ألف مواطن يومياً/، كذلك غياب أجهزة الراديو في عشرة بلدان أخرى عن أكثر المناطق ولا سيما الريفية منها.

هذا وفي حال توافر أجهزة الراديو فإن برامج البث في أغلب الدول الأفريقية السوداء تذاع بلغات أجنبية (فرنسية– إنكليزية– برتغالية) التي لا تتكلمها الطبقات الأفريقية الشعبية، وهنالك (20) بلد لا يوجد فيها إحصاء إعلامي، ولذلك يقتضي الأمر تخصيص المزيد من الاعتمادات المالية لتدعيم الأجهزة الإعلامية ومواجهة أوضاع الاختلال الإعلامي الذي يشهده العالم في نهاية هذا القرن.

هذا وحسب وثائق المؤتمر الحكومي لتنمية الاتصال الذي نظمته اليونيسكو في شهر نيسان 1980، وصحيفة اللوموند الفرنسية 1981/6/26، فإن حاجيات الدول النامية العاجلة لتجهيز قطاع الإعلام تقدر بـ/20/ مليار دولار على الأقل، تتمثل في تأمين مطابع، صحف، كتب، وكالات أنباء، أجهزة بث إذاعي وتلفزيوني، مراكز توثيق، معاهد تكوين...الخ.

هذا ومست كلمة الأمين العام للاتحاد الدولي للاتصالات بطوكيو في شهر أيلول 1983، فإن الاستثمارات المطلوبة في مجال الهاتف وتوابعه لرفع مستوى البلدان النامية إلى مستوى الولايات المتحدة تقدر بـ(5) آلاف مليون دولار، وهذا ما ليس في مقدورها في المدى المنظور، حيث لا تخصص في ميزانيتها أكثر من /2-3٪/ لقطاع الإعلام، بالإضافة إلى بعض المساعدات في هذا المجال تأتي من الخارج، وخاصة من منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، وقروض البنك الدولي للاتصال، والعون العربي المخصص للنقل والاتصالات.

هذا وتعتبر الأمية من أهم العوائق الإعلامية، إذ أنه في عام 1978 بلغت نسبة الأمية (70٪) من مجموع السكان الذين تتجاوز أعمارهم (15) سنة في (31) بلداً أفريقياً، وبلغت (90٪) في عشرة من هذه البلدان.

هذا ورغم أن عدد سكان الكرة الأرضية يتجاوز الآن ال(5) مليارات نسمة أكثر من 80٪ منهم في البلدان النامية في آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية، وحسب إحصائيات اليونيسكو لعام 1892 فإن:

البيان	حصة الدول المصنعة	حصة البلدان النامية
أجهزة الراديو	74٪	26٪
أجهزة التلفزيون	80٪	20٪
ورق الكتب	81٪	19٪
ورق الصحف	85٪	15٪
البحث العلمي	98٪	2٪

- هذا ومن أهم العوائق الإعلامية في بلدان العالم الثالث أيضاً:

غياب مناخ الحرية والديمقراطية والثقافية والسياسية في هذه البلدان، ذات الأنظمة المتعسفة في قمع حقوق الإنسان الفكرية والثقافية والإيديولوجية وحتى البيئية..الخ.

- كما أن هناك جملة من المعوقات الأساسية التي تواجه الاتصال في الدول العربية، وقد حصرها عبد الله الكحلاوي في أربع نقط وهي:

أ) الافتقار إلى الموارد البشرية المدربة تدريباً فنياً متلائماً مع اتجاهات التنمية وظروف التطور السريع.

ب) المعاناة من الارتفاع في نسبة الأمية، لعل الأمر الذي يزيد من خطورة هذه المشكلة إن البعض من شبه الأميين هم من العاملين في قطاع الإنتاج، وأمام هذه النسبة المخيفة يصبح الاتصال بجميع وسائله عقيماً.

ج) الإصرار على إتباع الأساليب التقليدية في تناول قضايا التطور والشؤون المتعلقة بالتنمية.

د) فقدان الاهتمام – عند بعضهم– بالتنسيق بين الأجهزة المختلفة المنتجة والتي تساعد على تضافر الجهود للقضاء على الازدواجية والتكرار، وتمكن خطط التنمية من تحقيق أهدافها تحقيقاً أكثر جدوى وفاعلية.

إن هذه الصعوبات التي يعاني منها الإعلام العربي عموماً تتعلق بمختلف القطاعات.

قلة الوسائل الإعلامية العربية:

أ) الصحافة العربية:

وهي ضعيفة جداً ولا سيما بسبب نسبة الأمية الكبيرة في الوطن العربي، التي تتجاوز الـ 90٪ في بعض البلدان العربية... بالإضافة إلى غلاء الصحف بالنسبة للقوة الشرائية للمواطن العربي.

هذا وبينما يصل متوسط عدد النسخ الصحفية اليومية الموزعة في أوروبا إلى 324 نسخة لكل ألف مواطن، وفي بعضها يتجاوز الـ 600 نسخة، مقابل (35) صحيفة في البلدان النامية، ولكننا نجدها في البلدان العربية لا تتجاوز الـ33 نسخة لكل ألف مواطن.

هذا وأن نسبة الاستهلاك ورق الصحافة كان عام 1982 بمعدل (39) كغ للفرد الواحد في الدول المصنعة، مقابل (10) كغ في الدول العربية. هذا وليس هنالك اهتمام جماهيري بالصحافة العربية بشكل عام، لأنها لا تعكس رأي هذه الجماهير وهي في أغلب الحالات غائبة، أو مغيبة في عملية التنمية، وعن مشكلات الجماهير الحقيقية، وبالتالي تعتبر نفسها موظفة وتابعة وناطقة باسم الحكومة العربية ومبررة لكل الأخطاء والتقصير ومكرسة سياسة الأمر الواقع..الخ، يقول باولو فرير: في كتاب (المتلاعبون بالعقول) (إن تضليل عقول البشر أداة للقهر، وإنه يمثل إحدى الأدوات التي تسعى النخبة من خلالها إلى تطويع الجماهير لأهدافها الخاصة)، ولذلك فإن الصحف العربية المهاجرة أو المهجرة تعمل في ظروف مناخية صحفية أفضل، ولذلك فهي أرفع مستوى من المحلية منها.

ب) وكالات الأنباء العربية:

تنعدم وكالات الأنباء العربية بالمعنى الصحيح، وإن ما توفر منها عبارة عن مكاتب إعلامية تابعة مباشرة لوزارات الإعلام العربية، ويتراوح إنتاج هذه المكاتب بين

(10) نشرات في موريتانيا، و(250) في سوريا، وإن عدد الصحافيين العاملين فيها يتراوح بين 30– 300 صحافي عربي وبالتالي لجوء هذه المكاتب الضعيفة إلى وكالات الأنباء العالمية العملاقة لأخذ منها ما تريد، حتى فيما يتعلق بالأنباء العربية والمحلية، وكذلك ضعف مواردها المالية، وميزانياتها وقلة عدد المكاتب التابعة لها، ونتيجة ذلك تتكرس عزلة البلدان العربية بعضها عن البعض الآخر، لعدم تدفق الأخبار عربياً، وبالتالي ارتباطها بالوكالات العالمية...

ج) الإذاعة العربية:

تفوق حالياً أجهزة الاستقبال الإذاعية المستعملة في البلاد العربية، (21) مليون جهاز، أي بمعدل (144) جهاز لكل ألف مواطن، تتفاوت بين 500 جهاز في السعودية ولبنان وقطر، و92 في موريتانيا، و81 بالسودان، و52 باليمن الديمقراطية، و19 في اليمن الشمالية، وذلك مقابل 964 بالبلدان الصناعية (ومقابل 100 جهاز راديو لكل ألف مواطن حسب مقياس شرام الذي تبنته اليونيسكو في الستينات ثم تخلت عنه فيما بعد)...

هذا ويبلغ عدد الإذاعات العربية (18)محطة إذاعية موزعة بين ثماني دول عربية تغطي الأماكن الحضرية بالدرجة الأولى، مع استمرارية بقاء مناطق عربية خارج الدورة الإعلامية الوطنية، وإن كل هذه الإذاعات تابعة للدولة التي تمولها باستثناء (إذاعة المتوسط الدولية) التجارية المفتوحة في المغرب منذ عام 1982.

د) التلفزة العربية:

حسب إحصائيات اليونيسكو لعام 1980– 1981 فإن عدد أجهزة الاستقبال التلفزة المستعملة في البلدان العربية يبلغ حوالي 8,300 ملايين جهاز، تتراوح بين 2,100 مليون جهاز في السعودية، إلى 1,4 مليون في مصر، ثم 975 ألف جهاز في الجزائر، أما بالنسبة لعدد الأجهزة لكل (1000) مواطن عربي، فتتوزع كالتالي:

(400 في الكويت، 237 في البحرين، 18 في اليمن الديمقراطية، 6 في السودان، 0.2 في اليمن الشمالي) وهذا ما يقابل (20 جهاز لكل الف نسمة حسب مقياس اليونيسكو) وتوفر 300 جهاز في البلدان الصناعية للعدد نفسه..

هذا مع توفر 173 محطة إرسال تلفزيوني عربية، وبمعدل بث تلفزيوني سنوي عربي بحدود (30) الف ساعة، (25٪ منها للتلفزيون المصري، والباقي يخص (8) بلدان عربية أخرى).

هذا وتحتل البرامج الترفيهية المرتبة الأولى في البث التلفزيوني العربي بحجم 16395 ساعة/سنوياً، ثم البرامج الإخبارية بحجم 5078 ساعة سنوياً، والتربوية 3499 ساعة ثم:

2136 ساعة دينية، 850 ساعة إعلان وإشهار..الخ). والملاحظ أن التلفزيون العربي لا يؤدي مهمته الأساسية التي هي التثقيف والإعلام والتربية والتوعية والتوجيه..الخ، ولا سيما أن الدول العربية تستورد 40– 60 ٪ من البرامج التلفزيونية من الخارج.

هـ) الهاتف:

يبلغ عدد أجهزة الهاتف المستعملة في الأقطار العربية حسب الإحصائيات المتوفرة 2,662 مليون خط، منها 450,34 بالبحرين، وتسجل قطر بـ 17,1٪ جهاز لكل مائة شخص كأرفع نسبة في الوطن العربي، إلا أن النسبة في أكثر من عشرة بلدان عربية لا تزيد عن جهاز واحد لكل مائة نسمة.

هذا ويشير تقرير اليونيسكو، إلى أنه مازالت هنالك قرى كثيرة في البلاد العربية لا يوجد فيها سوى جهاز أو أجهزة محدودة في الإدارات الحكومية وحدها، ويضيف أن نسبة تطور أجهزة الهاتف لكل الف مواطن عربي لم ترتفع بين عام 1970 و1977، إلا من 1,6 إلى 1,7٪ مما يعد نقصاً خطيراً في شبكة الاتصالات،

وبالتالي عقبة في طريق أسباب المعلومات، ويحول دون قيام شبكات اتصال ومعلومات فعالة...الخ[1].

و) السينما:

هنالك ضعف عربي كبير في توفر عدد دور السينما بالنسبة إلى حجم السكان العرب، بينما حسب مقياس اليونيسكو ينبغي توفر سينما لكل 100 ألف نسمة، ففي مصر ينبغي توفر 560 سينما، والحالة هذه، ولكن المتوفر لا يزيد عن 200 فقط وقس على ذلك في بقية الأقطار العربية.

هذا ومن خلال اجتماع المنظمة الإسلامية للتربية والثقافة والعلوم في نواكشوط في أواسط شهر نيسان 1990 من قبل (15) دولة مشتركة فيها، أشير إلى الفراغ الثقافي لدى الشباب الإسلامي واختلال التوازن الثقافي بين المجتمع الإسلامي والمجتمعات العلمانية، والاستلاب الكائن، والدعوة إلى وسائل الإعلام الإسلامية بالتركيز على الثقافة والفنون الإسلامية.

(1) للمزيد من التفصيل: يمكن الرجوع إلى كتاب الدكتور مصطفى المصمودي: النظام الإعلامي الجديد، سلسلة عالم المعرفة، العدد /94/ تشرين الأول/1985، ص232- 241.

أسئلة الفصل الخامس
Question Of Chapter(5)

- السؤال الأول: يعتبر الجهل والفقر والتخلف من أهم العوائق الإعلامية؟.
- السؤال الثاني: هل يعتبر غياب مناخ الحرية والديمقراطية والثقافية والسياسية من أهم العوائق الإعلامية في بلدان العالم الثالث؟ (وضح ذلك).
- السؤال الثالث: ما هي المعوقات الأساسية التي تواجه الاتصال في الدول العربية، كما يراها عبد الله الكحلاوي. اذكر بذلك.
- السؤال الرابع: ما دور وسائل الإعلام في وعي المواطن العربي (وضح ذلك).

الفصل السادس

النظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال

الفصل السادس
النظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال

كما نعلم أن الإعلام ترتبط ارتباطاً وثيقاً ببناء المجتمع ككل، ويتأثر تأثراً بالغاً بالأوضاع الثقافية، والاجتماعية، والتنظيمات السياسية، والأنساق الإيديولوجية السائدة في المجتمع المعين. فهذه كلها عوامل تتدخل في رسم السياسة الإعلامية وفي تحديد أهداف العملية الإعلامية، بل وفي اختيار المادة الإعلامية ذاتها.

1) وظيفة وجوهر العملية الإعلامية:

إن معظم الكتابات حول وظيفة الإعلام ودوره في المجتمع، تحاول التمييز بين ثلاثة أهداف رئيسية له[1]:

- نقل وتوصيل المعلومات للآخرين.
- محاولة التأثير في آراء الآخرين وتشكيلها.
- الترفية والتسلية وتمضية أوقات الفراغ.

هذا، فإن جوهر العملية الإعلامية يقوم دائماً على الاتصال، أو التواصل، وعلى توصيل المعلومات ونقلها ونشرها على أوسع نطاق ممكن، وهذا ما يتحقق اليوم عبر وسائل الاتصال الحديثة التي أُحدثت ثورة في الإعلام ودعوة لفكرة نظام عالمي جديد للإعلام والاتصال[2].

وكان للدعوة إلى إيجاد نظام عالمي جديد للإعلام أسباب تتمثل في اختلال حجم الأنباء والمعلومات التي يصدرها العالم المتقدم ويوجهها إلى بلدان العالم

(1) جان الكسان،" الإعلام..ووسائل الاتصال الحديث"، مقال في مجلة الوحدة، العدد(90) آذار – 1992،إصدار المغرب العربي– الرباط، ص 112 وما

(2) د. أحمد أبو زيد،" الإعلام والرأي العام"، مجلة عالم الفكر، مقدمة ملف: الإعلام والرأي العام، الكويت، المجلد الرابع عشر، العدد(4) /كانون الثاني وشباط وآذار/1984 ص 4.

الثالث عن طريق وكالات الأنباء التي لم تكن لتولي أنباء دول العالم الثالث أهمية تذكر.

ويسعى النظام العالمي الجديد للإعلام، القائم على المبادئ الديمقراطية، أو هكذا يفترض فيه، إلى إقامة علاقات مساواة في مجال الإعلام بين البلاد المتقدمة والبلاد النامية، ويهدف إلى قدر أكبر من العدالة ومن التوازن، وهو لا يتعرض بأي حال لحرية الإعلام، بل يقترح ضمن تطبيق هذا المبدأ بعدالة وأنصاف لجميع الدول وليس فقط للدول الأكثر تقدماً[1].

2) الثورات الإعلامية:

السؤال الذي يطرح نفسه: ما هي الثورات الإعلامية التي ظهرت حتى الآن؟

- الثورة الإعلامية الأولى مع ظهور المطبعة.
- والثورة الإعلامية الثانية مع ظهور وكالات الأنباء.
- الثورة الإعلامية الثالثة "ثورة السينما والإذاعة والتلفزيون".
- الثورة الإعلامية الرابعة، فماذا عن هذه الثورة؟

إنها باختصار، حرب جديدة تسبق "حرب النجوم" العسكرية، ويمكن أن نسميها "حرب الصور" التي ستخترق الستائر الإلكترونية بين الدول، وتقلب الموازين، فتسقط أمامها الحواجز والموانع، وتنكشف "مناعات" المجتمعات المغلقة بانحسار قدرة شبكات التشويش.

(1) د. عواطف عبد الرحمن، " قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث"، سلسلة عالم المعرفة، العدد(78)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، يونية،1984،ص54.

هذا وهناك ثلاثة محاور أساسية تحكم العلاقة الإعلامية بين العالم المتقدم الصناعي والعالم الثالث وهي:

1. محور التبعية الثقافية والإعلامية من جانب العالم الثالث للعالم الرأسمالي الصناعي المتقدم.
2. محور استقلال الإعلامي الذي برزت ملامحه على المستوى الدولي من خلال ما عرف بمشروع النظام الإعلامي الجديد، كما تجسد في محاولات دول العالم الثالث -- على المستوى القومي- لإنشاء التكتلات الإعلامية الإقليمية والقومية، وأبرزها وكالات أنباء عدم الانحياز
3. محور الصحافة فقط، مع عدم تجاهل وسائل الإعلام الأخرى، سواءً المسموعة أو المقروءة، وتشمل الإذاعة والتلفزيون والسينما.

3) الخريطة الإعلامية:

السؤال ماذا عن الخريطة الإعلامية الراهنة للعالم؟

تشير الخريطة الإعلامية الراهنة للعالم إلى أن التفاوت في السلطة والثراء بين شمال العالم وجنوبه كان لإنعكاساته السلبية المباشرة على البنى الإعلامية والتدفق الإعلامي، مما أدى إلى خلق أشكال متباينة من عدم المساواة، ومن الاختلال والتفاوت الإعلامي، كما ازداد اتساع الفجوة بين من يمتلكون المعلومات ووسائل نشرها وتوزيعها، وبين من يفتقرون إليها، وكذلك تأكد الاختلال بين من يبثون المعلومات وبين من يتلونها[1].

وعلى الرغم من النمو الهائل الذي شهدته وسائل الاتصال في السنوات الأخيرة على النطاق العالمي، فإن أوجه التباين والتفاوت تمثل سمة رئيسية للخريطة العالمية للإعلام.. وإذا كانت أسباب هذا التفاوت ترجع إلى فترة السيطرة

(1) د. عواطف عبد الرحمن، المرجع السابق، ص 8- 9.

الاستعمارية التي مارستها الدول الغربية ضد شعوب العالم الثالث، فإن التدفق الحر للأنباء الذي أرست مبادئه الولايات المتحدة الأمريكية بعد كسرها الاحتكار الأوروبي للإعلام في أعقاب الحرب العالمية الثانية، أضاف سبباً جديداً للاختلال في التدفق الإعلامي بين الدول الصناعية المتقدمة ودول العالم الثالث، ومنها العالم العربي، مما ساعد على ترسيخ الصور العديدة للتبعية الإعلامية والثقافية.

ولا يقتصر هذا الاختلال في التدفق الإعلامي على النطاق الدولي فحسب، بل يمتد ليشمل النطاقات القومية على المستوى الجغرافي (في المدن والأرياف) وعلى المستوى الاجتماعي والسياسي (الأغنياء والفقراء – الحكام والمحكومين) وعلى المستوى الحضاري والثقافي (الأغلبية والأقلية – العربية واللغوية)[1].

4) نظرية التدفق الإعلامي الحر سمي "التدفق في اتجاه واحد"

ولقد أدى تطبيق مبدأ التدفق الإعلامي الحر إلى ما يسمى بالتدفق في اتجاه واحد، من أعلى إلى أسفل، أي التدفق الذي يتخذ شكلاً رأسياً. ويتجه هذا التدفق، سواءً كان على شكل معلومات، أو أخبار، أو برامج إعلامية، أو منتجات ثقافية في معظمه، من الدول المتقدمة التي تلك الإمكانات التكنولوجية، إلى الدول الفقيرة التي تشكل غالبية العالم الثالث... ويشكل هذا التدفق ذو الاتجاه الواحد، الرأسي، ضرراً بالغاً عن الحقوق القومية للشعوب النامية، سواءً في مجال الثقافة، أو مجال الإعلام. فمن المسلم به أن مبدأ التدفق الحر قد أسيء استخدامه من جانب الدول الصناعية المتقدمة، إذ كثيراً ما استخدمته هذه الدول كأداة اقتصادية وإيديولوجية للسيطرة على شعوب الدول النامية. فقد حاولت بعض الحكومات الغربية، بالتعاون مع الشركات المتعددة الجنسية، اتخاذ مبدأ التدفق الحر كمظلة

(1) د. عواطف عبد الرحمن، المرجع السابق، 72.

للتدخل في شؤون معظم دول العالم الثالث، سعياً لانتهاك سيادتها القومية، وضرب سياستها الإنمائية، وتخريب ثقافتها القومية[1].

وقد ترتب على سيادة نظرية التدفق الحر للأنباء مجموعة من النتائج السلبية لدول العالم الثالث يمكن أن نجملها كما يلي:

- قصور التغطية الإعلامية لأحداث العالم الثالث.
- تحريف المضامين الإعلامية.
- تبعية الأساليب الإعلامية في العالم الثالث.

هذا، وكما لاحظ أن معظم الدراسات المسحية التي أجريت عن الإعلام في العالم الثالث منذ نهاية الخمسينيات حتى اليوم، كانت تتم تحت إشراف وبتمويل مراكز الأبحاث التابعة للشركات المتعددة الجنسية أو فروعها التي كانت تحدد أولويات البحوث والتخصصات طبقاً لاحتياجات السوق الرأسمالية العالمية.. كما كانت تستبعد مجالات بحثية متعددة تستحق الدراسة والاهتمام، وتعد أكثر تلاؤماً مع الاحتياجات الوطنية المباشرة، وذلك لكونها لا تدر عائداً مفيداً على السوق العالمية. وقد لوحظ أن كل ما يمس الاهتمامات والمصالح الآنية والمستقبلية للشعوب في العالم الثالث يأتي دائماً في نهاية القائمة الخاصة بموضوعات البحوث.

ومن جاءت اعتماد البحوث الإعلامية في أغلب دول العالم الثالث على النظريات والمناهج التي نشأت أصلاً في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا، ولذلك فإن محاولة تطبيقها على ظواهر إعلامية تختلف في مسبباتها وأعراضها وحلولها وخلفياتها التاريخية والاجتماعية، لا بدّ أن تؤدي في النهاية إلى نتيجتين حتميتين:

أولاهما: عدم استفادة مجتمعات العالم الثالث من هذه الدراسات.

ثانيهما: تكريس التبعية المنهجية في البحوث التي تتناول مشكلات الإعلام في العالم الثالث.

(1) د. عواطف عبد الرحمن، المرجع السابق، 72– 73.

5) النظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال

السؤال: ما هو النظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال؟

كان السعي لإقرار النظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال يستهدف – أساساً – الحد من اختلال التوازن بين البلدان المصنعة والبلدان النامية، والتخفيف من مظاهر الشطط والحيف، كما يرمي إلى إحداث تيار تتبادل لمختلف أوجه الإنتاج الفكري والمعلومات، يهدف إيجاد فرص التعارف والتفاهم داخل المجتمعات أولاً، وبين الشعوب على العموم ثانياً.

وهذا النظام يستوجب مجموعة من الاختبارات والإجراءات (التدابير) على ثلاثة مستويات من وجهة النظر السياسية:

- فيما يتعلق بالبلدان النامية:

يجب أن يكون الهدف:

- تحديد سياسات الإعلام الوطنية باعتبارها ضرورية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية لكل دول وبحيث تثير اهتمام مواطنيها بتلك التنمية.
- الاهتمام عند صياغة هذه السياسات الوطنية للإعلام بالنص على تدابير تسهل التبادل الأمثل للبرامج الإخبارية على المستوى الإقليمي وشبه الإقليمي، وتعزز المشاركة الإيجابية والحاسمة من جانب جميع البلاد النامية في تشغيل المراكز والشبكات الدولية للإعلام والمعلومات.
- مضاعفة اتفاقات التبادل بين أجهزة المعلومات ومعاهد التدريب والبحوث والمنظمات الوطنية والإقليمية والدولية المتصلة بقطاع الإعلام بطريق مباشر أو غير مباشر. ويجب في هذا السياق تكثيف تبادل الصحفيين والتقنيين بغية تعزيز التفاهم المتبادل على نحو أفضل.

- تعزيز وتنمية البنى القائمة، ولا سيما بين دول عدم الانحياز، مع المساعدة في الوقت نفسه، بالتعاون مع البلدان المتقدمة والمنظمات الدولية المعنية، على إقامة وسائل الإعلام وإعداد الموظفين المؤهلين والحصول على المواد والمعدات الملائمة بروح الاعتماد الجماعي على النفس.
- تنظيم وتعزيز المعونة للبلاد الأقل تطوراً.
- إيلاء عناية خاصة للمعلومات التي توفرها المراكز الوطنية لجمع المعلومات أو مجمعات الأنباء للبلاد النامية، عن المشكلات التي تهم مناطق أو بلاد كل منها.
- تنبيه وسائل إعلام البلاد المتقدمة إلى نواحي اختلال التوازن وأوجه العجز والنقص في نظام الإعلام الحالي بترتيب اجتماعات (مؤتمرات أو حلقات دراسية أو ندوات) بين المسؤولين عن مختلف وسائل الإعلام في كل من البلاد المتقدمة والنامية.

تنظيم حملة واسعة النطاق في مجال الإعلام في الجامعات في كل من البلاد النامية والمتقدمة، تهدف إلى تدريب أو إعادة تدريب المهنيين وإلى غرس قيم النظام الاقتصادي الدولي الجديد والنظام العالمي الجديد للإعلام.

- تحقيق ديمقراطية موارد معلومات وبناها. ويعني هذا، على المستوى الأفقي إنشاء وكالات أنباء وطنية وأجهزة للتعاون والمعونة المتبادلة بين البلاد النامية مثل مركز التجميع التابع لوكالات أنباء دول عدم الانحياز أو الاتحادات الإقليمية (الأفريقي، العربي، والآسيوي، والأمريكي اللاتيني)، كما يعني، على المستوى الرأسي، الحد من احتكارات وكالات الأنباء الكبرى بتشجيع عقد اتفاقات دولية تستهدف الاستخدام المتساوي والعادل لجميع وسائل الاتصال، بما فيها التوابع الصناعية.
- إنشاء نظام يعزز التداول الحر والمنصف بين البلاد المتقدمة والنامية، من حيث المضمون والحجم والكثافة.

- تنفيذ سياسة وطنية لتشجيع الإبداع الأدبي والفني، بوضع نظام ضريبي يساعد على ذلك بقدر الإمكان.
- تشجيع إنشاء أو تطوير جمعيات وطنية للمؤلفين تهدف إلى تحقيق الإدارة المثلى لموارد الدول المعنية المستمدة من استغلال الأعمال الفكرية بكل أنواعها.

■ **فيما يخص بالبلدان المتقدمة:**

على هذه البلدان أن تسعى إلى تحقيق الأهداف التالية:

- لفت انتباه الجمهور إلى ما تتخذه البلدان النامية من تدابير، مع التأكيد على اعتماد مختلف أمم العالم بعضها على بعض بشكل متزايد.
- المساعدة على "نزع الطابع الاستعماري" للإعلام باتخاذ موقف موضوعي من تطلعات البلدان النامية واهتماماتها.
- المساعدة على إقامة توازن في تداول المعلومات عن طريق تخصيص مزيد من المساحة في الصحف برامج الإذاعة والتلفزيون للأنباء الخاصة بالبلدان النامية وتلك التي تخص المهاجرين العاملين في تنمية البلدان المضيفة ومن اجل رفاهيتها..
- تعزيز التفاهم المتبادل عن طريق تشجيع وسائل الإعلام في البلدان الصناعية على تخصيص المزيد من العناية بمحتوى المنشورات والإذاعات إرضاء لحاجات المستمعين والمشاهدين والمشتركين في الداخل والخارج وتوسيعاً للتعريف بثقافات وحضارات الشعوب الأخرى، ولا سيما تلك التي توجه إليها تلك المنشورات والإذاعات.
- التثبت من أن أهل الصحافة والقلم يلزمون جانب الحذر إلى أقصى حد ويتحققون بأنفسهم في صحة وصول جميع ما يستعملون من مواد وبيانات وحجج من شانها أن تؤدي إلى المزيد من التسابق على التسلح.
- التثبت من أن الصحفيين يحترمون قوانين البلد والقيم الثقافية لمختلف الشعوب ويقرون بأن حق الشعوب في الإعراب عن الأمور التي تهمهم وفي

معرفة تلك التي تهم غيرهم من الشعوب له من الأهمية ما للفرد نفسه من احترام.

- وضع حد للأنشطة الخبيثة التي تقوم بها المحطات الأجنبية المنشأة خارج الحدود الوطنية.
- منح عناية خاصة للمعلومات التي توفرها المراكز الوطنية لجمع الأنباء أو مجمعات الأنباء الجديدة في البلدان النامية فيما يتعلق بالأحداث الخاصة بأقاليمهم أو بلدانهم، وتشجيع وسائل الإعلام على الاشتراك في هذه المجمعات وفي المراكز الرئيسية لجمع الأنباء، وذلك من أجل موازنة وتنويع الأنباء الخاصة بهذه البلدان، وبوجه عام زيادة المساحة المخصصة لها.
- التأكد، قبل كل مهمة، من استحواذ المراسلين الخاصين على أكبر قدر من المعرفة عن البلدان التي يوفدون إليها، وذلك كي يتمكنوا من تقييم المشكلات وأوجه الاهتمام بشكل صحيح وليس الاكتفاء بالناحية المثيرة أو القصصية من الأحداث فحسب، والامتناع عن إصدار أحكام سريعة، والتغلب على إغراء استعمال أي منظار إيديولوجي تشويهي للحكم من خلاله على الأحداث والناس، والتجرد من كل هوى أو تحيز، والسعي إلى التثبت من أن استنتاجاتهم تتفق والحقيقة.

- **فيما يختص بالمنظمات الدولية:**

ينبغي توجيه الجهود إلى ما يلي:

- توسيع وتنويع نطاق المساعدة التي تقدمها اليونيسكو وغيرها من المنظمات الدولية إلى البلدان النامية وتوفير الوسائل للربط ما بين المساعدة الثنائية والمساعدة المتعددة الأطراف المقدمة لهذه البلدان من اجل تعزيز هذه المساعدة وزيادة فعاليتها.
- المساعدة على تعزيز وسائل الإعلام في البلدان النامية على الصعيدين الوطني والإقليمي، بروح الاكتفاء الذاتي الجماعي.

- تمكين البلدان النامية على اغتنام الفرص المتاحة لها في ندوات المنظمات الدولية للإعراب عن طلباتها والعمل على إقامة نظام عالمي جديد للإعلام.

تأييد جهود البلدان النامية الرامية إلى صياغة وإقرار سياسات إعلامية وطنية، وتعزيز البحوث، وخاصة عن متضمنات نقل التكنولوجيا، وإقامة مراكز توثيق في مجال الإعلام.

- وضع ضريبة في البلدان المتقدمة التي تصدر إنتاجاً أدبياً أو فنياً من أي نوع، يخصص ريعها للمساعدة على تمويل الصندوق الدولي لحقوق المؤلف الذي تشرف اليونيسكو على إدارته.
- توسيع وتنويع نطاق المساعدة الممنوحة للبلدان النامية ومساعدتها على الاستعانة بالعلوم الإعلامية للنهوض بالتطور الاجتماعي، وذلك عن طريق إجراء دراسات تقوم على أساس اقتراحات ووسائل تعكس الحقائق وتتفق مع حاجات البلدان الناشئة.
- منح أقصى قدر من المساعدة الفنية والمالية للمؤسسات التي تجري بحوثاً بشأن الإعلام، وفقاً لما ينشأ من حاجات في كل بلد وكل إقليم.
- العمل بالسرعة الممكنة وبالاشتراك مع مراكز التدريب على إعلام الجمهور القائمة في جميع البلدان النامية، على تنفيذ برنامج لإعداد وتنسيق مناهج المعاهد والدوائر المختصة بإعلام الجمهور ومناهج دورات التدريب المهني في هذا المجال علة أن يكون الغرض الأساسي لهذا البرنامج تكييف الدروس لتوافق الحاجات المهنية والعملية لكل بلد وكل إقليم فيما يختص بالإعلام. وتحقيقاً لهذا الغرض ينبغي إنشاء مجلس أو هيئة استشارية مؤلفة من مدراء المعاهد أو الأقسام أو الدروس الجامعية المختصة بإعلام الجمهور.
- النهوض، من خلال المنح الدراسية وما يماثلها من إجراءات، بمقرر تدريبي جامعي متقدم في العلوم الإعلامية، على أن يتفق هذا التدريب مع حاجات البلدان النامية وأهدافها وإمكاناتها ويساعد على غرس نظرة جديدة للإعلام في نفوس الأجيال المقبلة من الأخصائيين وتقديم نظرية وممارسة مختلفة

تمكن من إقامة علاقات وطنية ودولية لا تتسم بطابع تسلطي بل تقوم على أساس من المساواة بين الأطراف.

- المساعدة على صياغة برامج بحوث وإقامة مراكز تدريب من أجل تمكين البلدان النامية من إنتاج برامج إذاعية وتلفزيونية تهدف إلى خدمة أهداف النظام الاقتصادي الدولي الجديد.
- منح إعلام قطاع الجمهور وضعاً يلائم أهميته التي لا ريب فيها وتأثره الواضح في جميع قطاعات النشاط الأخرى، وذلك من أجل إقامة علاقة سهلة ومنسجمة ليس مع القطاع الثقافي فحسب، بل كذلك مع القطاع التربوي وغيره من القطاعات التي هو اليوم قليل الارتباط بها.
- وضع خطة بشأن استخدام شبكات الإرسال عن طريق التوابع الصناعية، على أن تحترم في جميع الحالات حقوق السيادة لكل دولة من الدول.
- تشجيع اختبار وتقييم تكنولوجيا الإعلام الجديدة والزهيدة التكاليف والسهلة الاستعمال، تمكيناً لنقل رسالة التنمية إلى الجماهير التي لا تصلها أخبار هذه الرسالة في الوقت الحاضر.
- المساعدة على إقامة مراكز توثيق وحفظ تاريخية في البلدان النامية.

بالنسبة للعالم العربي، وبالإضافة للتطبيقات العامة لهذا النظام العالمي الجديد، والإجراءات الخاصة في المستوى الوطني، فإن المجال فسيح لإبراز نظام إعلامي عربي جديد يستمد أصوله من النظام العالمي من جهة، ومن الوضعية الفريدة التي يمتاز بها العالم العربي والقائمة على اللحمة المتينة التي امتدت عبر التاريخ، وبنيت على اللغة والحضارة المشتركة، والدين.

هذا، ويتبين إن ربط العمل الإعلامي العربي بموضوع النظام الإعلامي العربي يعني تطوراً جديداً غايته القضاء على العراقيل التي تعترض سبيل تطوير الإعلام في البلاد العربية، وإيجاد الحلول العملية الملائمة، وهذا أمر لا يمكن عزله عن المبادئ التي ينادي بها النظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال، الذي يسعى بدوره إلى إقرار أسس مثالية لتدفق الإعلام والمعلومات، ولتمكين الدول النامية من

الدخول في العصر الإعلامي الذي تتسابق نحوه الدول المصنعة وتسعى لمواكبته بأقصى سرعة وبأقل ما يمكن من تضحية. ذلك لأن انتساب العالم العربي إلى منطقة جغرافية ذات مميزات متشابهة يربط البحر الأبيض المتوسط بينها، واستعماله لغة واحدة، بالإضافة إلى الروابط الأخرى القومية والروحية والتاريخية والحضارية والمصيرية.. كل ذلك يملي عليه تحقيق مبادرات مشتركة يصعب تحقيقها في مستوى مجموعات إقليمية أخرى.

والإعلام، في المستوى القومي، كما هو في المستوى الوطني، يتصل بقضايا عديدة تتعلق بـ:

(بحاجة المجتمعات العربية،كالتنمية الشاملة والمتكاملة، والتحرر من الهيمنة الإمبريالية بجميع أشكالها،ومواجهة الاستعمار الصهيوني، وضمن الحريات الفردية والجماعية، وتطوير الشخصية الثقافية وتفتحها، وحماية الهوية القومية من الاختراق الثقافي، وتمكين الأمة العربية من الإسهام في الحضارة الإنسانية، وتدعيم التعاون والتقارب بين الشعوب.

هذه المنطلقات تثير تساؤلات كثيرة تتعلق بالجوانب العقائدية والسياسية للرسالة الإعلامية، وبتوسيع مفهوم حق الاتصال، وتعميقه، وتعزيزه، وبتحديد حقوق ومسؤوليات العاملين في ميدان الإعلام والاتصال، وبإيجاد التفاعل بين هؤلاء العاملين وبين أفراد المجتمع، كما تثير تساؤلات حول علاقة الإعلام والاتصال بالاقتصاد والثقافة والعلوم، والتعليم، والنهوض بالمرأة، والطفولة، والشباب، والريف، وغير ذلك من الجوانب الهامة في حياة المجتمع، وهي تدعو في الوقت ذاته إلى بحث مشاكل التبعية في مجالات التقنية التي يعيشها المجتمع العربي، وكيفية مواجهتها، وظروف تدعيم التعاون العربي، وتعاون العرب مع أشقائهم الأفارقة، أو جيرانهم في المشرق، بالإضافة إلى وجوب تحقيق المزيد من أحكام التنسيق بين أجهزة العمل الإعلامي على المستوى العربي[1].

(1) د. مصطفى المصمودي، "النظام الإعلامي الجديد، سلسلة عالم المعرفة، العدد(94)، الكويت تشرين الأول، 1985، ص230.

6) الإعلام أداة الترابط الاقتصادي:

يعتبر الإعلام عامل رئيسي في مختلف الأهداف القومية وإقرار علاقات الدول النامية بالدول المتقدمة على أساس من الاحترام والعدالة. وضرورة إعلام الغير عن منجزاتنا واكتشافاتنا والتي تتلخص في كسب الأسواق والحصول على تحويلات وإتمام المبادلات التجارية بأقل ما يمكن من تضحية وتنازلات.

كما أن الاختلال الشامل لمختلف مقومات الاقتصادية وعلاقات التعاون الدولي هو النتيجة الحتمية لهذا التفاوت وهذه التوترات.

وهذه الاختلالات هي التي أدت إلى تحرك المجموعة البشرية والبلدان النامية خاصة في السبعينيات من اجل إقرار نظام اقتصادي دولي جديد هدفه تركيز العلاقات الاقتصادية في المستوى العالمي على أسس العدالة والإنصاف والتقدم في تلك الفترة انطلقت دعوة مماثلة لإقرار نظام جديد آخر في مجال الإعلام والاتصال يحتل فيه البعد الاقتصادي مكاناً ممتازاً إلى جانب الاعتبارات السياسية والثقافية والاجتماعية، ويهدف إلى إشعار الرأي العالمي بخطورة تدهور الأوضاع الاقتصادية في الدول النامية، ويسعى إلى إقرار التعاون الدولي على أسس جديدة من التفاهم والعدالة في الوقت الذي يهدف فيه النظام الإعلامي الجديد إلى القضاء على التفاوت واختلال التوازن في مجال الإعلام والاتصال بين البلدان المصنعة والبلدان النامية وإحلال صيغ جديدة لتدفق المادة الإعلامية مكان الصيغ العمودية القائمة والمتحركة في اتجاه واحد.

والنظام الإعلامي الجديد معناه، كما هو الشأن الاقتصادي الدولي الجديد، العمل في مستوى الدول النامية نفسها من أجل إقرار مسالك أفقية ناصعة للتبادل الإعلامي والعمل على تفادي الوساطات المختصة.

7) الإعلام أداة الترابط التقني:

الإعلاميات تتمثل في الحواسب الآلية وبنوك المعطيات ومختلف البرامج والتطبيقات المرتبطة بهذا القطاع.

وبالتالي فإن تقنية الإعلاميات تؤدي الوظائف التالية:

البث والإرسال- الالتقاط والتلقي- الخزن والتوثيق.

إن الترابط بين وسائل الاتصال الفنية من خطوط سلكية واللاسلكية وأقمار صناعية...الخ. والإعلاميات حصلت في عام 1964.

وقد أعطى هذا الترابط التقني ضمن الدورة الاقتصادية مكانة كبيرة للأنشطة الإعلامية لم يسبق لها مثيل عبر التاريخ، وأوضحت تقنية الإعلام دوراً حيوياً لنمو وتطور مختلف المجتمعات ومحوراً رئيسياً للتدعيم النفوذ الاقتصادي والعسكري للقوى العظمى في العالم.

وفيما يخص تقنية الإعلام والإعلاميات فإن إقامة نظام إعلامي جديد للإعلام والاتصال يهدف بالذات إلى التشهير والتنديد بجهاز الاتصالات العالمي القائم خالياً على الاختلال والمضر بمصالح الدول النامية، إزاء آثار العمل الاحتكاري والذي ترمي ورائه إلى فرض نفسها كمنظم ومرتب للعالم أجمع على حساب السيادة الوطنية والهوية الثقافية.

وبموازاة تطور تقنية الاتصالات[1] تنمو وتتوسع البنية التحتية للإعلام الشامل سواء من حيث شمولية المكان – باتجاه العالم أجمع. أو من حيث شمولية المظاهر المختلفة في المجتمع- اقتصادية سياسية ثقافية إلى غير ذلك.

(1) د. ماجد محمد شدود، العولمة، دمشق، ص 64- 65

وتتضمن البنية للإعلام ثلاثة قطاعات رئيسية:

- المواصلات.
- وسائل الإعلام.
- الحاسبات الإلكترونية.

وتشير صحيفة "الجمهورية الإيطالية" إلى أنه في العالم الآن حوالي/1،28/ مليار تلفزيون وتسيطر على البث التلفزيوني خمس شركات أمريكية وغربية وهي تبث أكثر ما تبثه /140/ شركة وطنية في العالم. وهناك /690/ مليون مشترك في أجهزة الهاتف منهم حوالي/80/ مليون مشترك في الهاتف النقال أو "الخليوي" وحوالي /200/ مليون حاسوب.

ونتيجة لذلك من المتوقع أن يزداد رقم أعمال قطاع صناعة الاتصالات من ألف مليار دولار 1995 إلى ألفي مليار دور خلال العامين القادمين وهذا الرقم يعادل 10٪ من الاقتصاد العالمي. ويوجد في العالم الآن حوالي /33000/ مركز بث تلفزيوني و/30000/ مركز بث إذاعي تسيطر الدول الغربية على نسبة 85– 90٪.

إن التوسع الكبير في استخدام التقنية المتطورة سوف يؤدي إلى المزيد من "التركز المالي" والتزايد المستمر لما يسمى بالرأسمال "العضوي" أي حلول الآلات المتطورة مكان الإنسان.

وأدت الثورة التقنية إلى ثورة في نقل المعلومات عبر الأثير في العالم. فمثلاً نقل مكتبة الكونغرس في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أية دولة في العالم تحتاج إلى /2000/ سنة إذا نقلت عبر الأسلاك النحاسية. وتحتاج إلى /24/ ساعة فقط إذا نقلت عبر الأسلاك البصرية والضوئية.

أسئلة الفصل السادس

Question Of Chapter(6)

- السؤال الأول: وضح وظيفة الإعلام ودوره في المجتمع؟.
- السؤال الثاني: ما هي جوهر العملية الإعلامية؟.
- السؤال الثالث: ما الأسباب التي دعت إلى ولادة نظام عالمي جديد للإعلام والاتصال؟ (وضح ذلك).
- السؤال الرابع: ما هي الثورات الإعلامية التي ظهرت حتى الآن؟
- السؤال الخامس: هناك ثلاثة محاور أساسية تحكم العلاقة الإعلامية بين العالم المتقدم الصناعي والعالم الثالث.(اذكر هذه المحاور).
- السؤال السادس: تحدث عن الخريطة الإعلامية الراهنة للعالم؟.
- السؤال السابع: تحدث نظرية التدفق الإعلامي الحر؟.
- السؤال الثامن: ما هو النظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال؟ وما هي التدابير والإجراءات المتخذة على مستوى الدول النامية والدول المتقدمة الصناعية والمنظمات الدولية؟.
- السؤال التاسع: يعتبر الإعلام أداة الترابط الاقتصادي. علل ذلك.
- السؤال العاشر: يعتبر الإعلام أداة الترابط التقني. علل ذلك.

الفصل السابع

الإعلام والرأي العام

الفصل السابع
الإعلام والرأي العام

يعتبر الإعلام أخد أدوات ممارسة السياسة، ذلك أن الدفاع إعلامياً عن قضية أو مبدأ أو رأي يعتبر مسؤولية وطنية وربما قومية في المقام الأول.

في هذا الفصل سنطرق إلى الفقرات التالية[1]:

- ماهية الرأي العام.
- أنواع الرأي العام.
- العوامل المؤثرة في الرأي العام.
- وظائف الرأي العام.
- علاقة الإعلام بالرأي العام.

1) ماهية الرأي العام:

إن الرأي العام هو الهدف الذي تسعى إليه العلاقات العامة في نشر رسالتها، وهو القوة الحقيقية في المجتمع.

ويعتبر الرأي العام ثمرة تفاعل الأفكار في أحد المواقف التي تمر بها جماعة من الجماعات.

ومنه فإن تعريف الرأي العام هو "الحكم أو القرار الذي تصل إليه جماعة ما، في مسألة ذات أهمية لهم وذلك بعد دراسة وتمحيص ومناقشة كافية".

كما يعتبر الرأي العام نتيجة لا تفاق غالبية المجتمع حول موضوع معين أو مشكلة معينة، فالرأي العام لا يمثل دائماً إجماعاً تاماً بل يعتمد في كثير من

(1) تغريد أحمد مسلم،"التسويق السياحي – فن الاتصال والتفاوض"، دار النمر للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، ص139 وما بعد..

مظاهره على الأغلبية من الأفراد في المجتمع، ويكون هو نفسه فيما بعد عاملاً من عوامل الأغلبية وعليها أن تساير هذا الرأي وتخضع له وبذلك يكون الرأي العام شبه إجماع.

ومما تقدم يتضح أن الرأي العام هو الذي تتفق عليه وتعتنقه جمرة كبيرة من الناس في أي مجتمع من المجتمعات بشأن موضوع معين. ويعتمد الرأي العام على مدى تفاهم وتقارب المجتمع في الأهداف والتفكير والآراء والأحكام والميول والاتجاهات، كما يعتمد على أيضاً على المناقشات المتزنة وتبادل الآراء والتقاء الرغبات ووجهات النظر بين الأفراد فيما يحيط بهم من كمشكلات أو ظروف اجتماعية.

2) انواع الرأي العام:

يمكن التمييز بين أنواع الرأي حتى لا يحدث خلط بين أي منها وذلك وفقاً لما يلي:

- الرأي الشخصي: هو الرأي الذي يكونه الفرد لنفسه بعد تفكير في موضوع معين ويعبر عنه من وجهة نظره دون أن يخشى من الجهرية شيئاً.
- الرأي الخاص: هو الرأي الذي يحتفظ به الفرد لنفسه ولا يبوح به لغيره— خشية تعريض نفسه للضرر إلا إلى المقربين وأهل الثقة— ويظهر أثره في الرأي العام في حالة التصويت السري في الانتخابات.
- رأي الأغلبية: هو تجمع وتكرار الرأي الشخصي لأغلبية الجماعة الفعالة ذات التأثير بما يزيد عادة عن 50٪.
- رأي الأقلية: يمثل رأي ما يقل عن 50٪ من أعضاء الجماعة.
- الرأي الائتلافي: هو ائتلاف بعض الآراء في الجماعة إزاء مشكلة معينة في وقت محدد تحت ضغط ظروف خاصة مما يستلزم وجود هذا الرأي الائتلافي.
- الرأي العام الكامن: هو الذي لم يظهر بعد صراحة وبوضوح وإيجابية.

- الرأي العام العقلي (أو الواقعي): وهو الذي يتحول إلى سلوك فعلي واقعي كأحداث تغير اجتماعي أو كما يحدث في إضراب أو ثورة.
- الرأي العام المستتر (أو الباطن): هو الذي لا يفصح عنه ولا يعبر عنه نتيجة خوف جماعة من عواقب التغيير عنه لتعارضه مع الأوضاع الدستورية أو القانونية أو المعايير الاجتماعية المتعارف عليها.
- الرأي العام الصريح: هو الذي يعبر صراحة عن آراء الناس واتجاهاتهم ويعبر عنه صراحة وجهراً.
- الرأي العام الثابت: هو الذي ينبع من العادات والتقاليد ويكون ثابتاً نسبياً بمعنى أنه يستمر ولا يتغير إلا بعد وقت طويل.
- الرأي العام المتغير: هو الذي ينبع من التأثير بالإعلام والإعلان والدعاية ويسهل التأثير فيه وتغييره بسرعة.
- الرأي العام الموقت: هو الذي يقوم حسب الانتماء لجماعة معينة أو إزاء موضوع محدد وفي وقت محدد وينتهي بانتهاء المؤثر.
- الرأي العام اليومي: هو الذي يتأثر بالأحداث اليومية ومجريات الأمور اليومية وتؤثر فيه وسائل الإعلام والشائعات والمصالح المباشرة للأفراد والجماعات.
- الرأي العام المضلل: هو الذي ينكون بتأثير الدعاية والشائعات ودس معلومات غير صحيحة.

أما إذا أردنا معرفة أنواع الرأي بالنسبة لمشكلة ما، فإننا نستطيع أن نقسمه إلى أنواع منها:

- رأي عام منحاز.
- رأي عام محايد.
- رأي عام مؤيد.
- رأي عام مؤيد لاتجاه.

3) العوامل المؤثرة في الرأي العام:

يتأثر الرأي العام بعدة عوامل وفيما يلي أهم العوامل المؤثرة في الرأي العام:

- الثقافة والتعليم: يؤثر التراث الثقافي والثقافة بجانبيها المادي والمعنوي وتؤثر العادات والتقاليد والآداب والقيم والتاريخ وأنماط السلوك ونظام التنشئة الاجتماعية والتعليم الذي يتم عن طريق نقل التراث الاجتماعي الثقافي التقليدي والمتطور. يؤثر كل هذا في الشخصية ككل وفي شخصية الأمة ناهيك عن تكوين الرأي العام.
- الأسرة: وهي المؤثر الأول في عملية التنشئة الاجتماعية للأفراد وآرائهم ومعتقداتهم واتجاهاتهم.
- الدين: وهو يؤثر بدوره على آراء الأفراد وسلوكهم ويلعب رجال الدين دوراً هاماً في التأثير على سلوك الأفراد والجماعات وبالتالي على اتجاهات الرأي العام.
- الأحداث الهامة: تؤثر الأحداث الهامة مثل الحروب أو الأزمات والمشكلات الاقتصادية والاكتشافات العلمية تأثيراً بالغ الأهمية في تكوين اتجاهات جديدة للرأي العام.
- القيادة: يؤثر القائد أو الزعيم في الرأي بما له من شعبية اجتماعية وجماهيرية ونفوذ، ويزداد التأثير الحقيقي للقائد أو الزعيم كلما كان في جو ديمقراطي، فعندما يصل القائد أو الزعيم إلى درجة من الثقة والتقدير الجماهير فإنه يصبح عاملاً مؤثراً في تكوين الاتجاهات والرأي العام.
- وسائل الإعلام والاتصال: إن وسائل الإعلام المسموعة والمطبوعة والمرئية كلها تؤثر تأثيراً كبيراً في الرأي العام، وتلعب وسائل الاتصال الشخصي والجماهير دوراً خطيراً في تكوين الاتجاهات والرأي العام والتأثير فيه.

إن هذه الوسائل جميعاً توجه أنظار الجمهور إلى المشكلة التي يتبلور حولها الرأي العام.

- المناقشات الجماعية: تتيح المناقشات الجماعية حرية التعبير عن الرأي والتي تدور حول القضايا العامة والتي تصل في النهاية إلى قرار جماعي.
- الشائعات: والشائعات عندما تركز على بعض الأخبار أو المعلومات وتروجها وتدرس دراسة وافية تؤثر تأثيراً نفسياً في الرأي العام.
- الحالة الاقتصادية والاجتماعية: إن الوضع الاقتصادي للفرد يحدد وضعه العام في المجتمع ويحدد طريقة تفكيره ويؤثر في آرائه. فدخل الفرد يحدد الطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها ونوع العمل الذي يقوم به. وهذا كله يحدد أفكاره وآراءه، كذلك فإن انتماء الفرد إلى جماعة معينة تؤثر على معاييره السلوكية وتحدد أدواره الاجتماعية وتؤثر على اتجاهاته النفسية وبالتالي على تفكيره وآرائه.

إذن نستطيع التوصل إلى خلاصة أن الرأي العام يتكون من مجموعة عناصر أهمها:

- الناس الذين تتكون منهم الجماعة أو الجمهور.
- البيئة التي تعيش فيها هؤلاء الناس.
- التحديات والحاجات والإمكانيات التي تتحكم في حياة هؤلاء الناس.

4) وظائف الرأي العام:

من أهم وظائف الرأي العام:

1. تحديد أو تجديد أو تبديد المعايير الاجتماعية فهو يصنع القوانين ويضع دساتير ويعبر عن رغبات الجمهور.

2. مساندة الهيئات الحكومية والمؤسسات الاجتماعية فكل هذه الهيئات والمؤسسات توضع في امتحان أمام الرأي العام، كل هذه الهيئات والمؤسسات تسعى لكسب الرأي العام.
3. رعاية المثل الاجتماعية والعادات والتقاليد التي سار عليها الشعب.
4. إذكاء الروح المعنوية ورفعها وتحميسها نحو القضايا العامة الهامة، وهو ينشط اهتمام أفراد الجماعة ويجعل منهم قوة متحمسة مجتمعة وراء القضايا العامة في وسط آمن اقتصادياً وصحياً ونفسياً ومن أهم عوامل إضعاف الروح المعنوية انقسام الرأي العام وسيادة المصالح الشخصية على المصالح العامة والصراع الطبقي.

بعد هذا السرد المختصر لمفهوم الرأي العام وأنواعه وعوامله المؤثرة ووظائفه، سوف ندرس بشيء من الدقة علاقة الإعلام بالرأي العام وخصوصاً الجانب السياسي الإعلامي.

5) علاقة الإعلام بالرأي العام:

إن الرأي العام، كأحد أنماط السلوك البشرية، تتعدد تعريفه كما رأينا في بداية هذا الفصل، فهو، "الرأي الذي يتبناه مجموع الجمهور الراشد في قطر من الأقطار، أو قطاع كبير منه، وإزاء قضية جدلية معاصرة تمس مصالح ذلك الجمهور مساً مباشراً، فيتصلون بشأنها، ويتداولون الآراء ويناقشونها، عبر قنوات الاتصال المختلفة، ويكون جميعهم واغلبهم رأياً حول تلك القضية، يعبرون عنه بوضوح (سواء بالتأييد أو الرفض الحاد) وذلك بهدف التأثير في السياسة العمة. لكن المشكلة الأساسية التي تشغل الباحثين في ميدان الإعلام والاتصال، هي البحث فيما إذا كانت "وظيفة الإعلام هي التعبير عن الرأي العام أو السيطرة عليه والتحكم فيه وتوجيهه وجهات معينة بالذات". وتختلف ظاهرة الرأي العام عن ظواهر أخرى تشترك أو تقترب منها مثل: الاتجاه العام، الأفكار العامة، القيم والعادات، ووجهات النظر الفردية التي يطرحها الأفراد والجماعات حتى عند

تجانسها، "فالرأي العام ليس بمجموع تراكمي لوجهات النظر المتطابقة، وإنما هو الرأي الذي يعبر عن موقف تتبناه الشخصية المعنوية للحشد أو للجمهور بعد تفاعل ديناميكي بين متغيرات هذه الشخصية والمتمثلة في قيادتها وقواها الضاغطة وظروفها وتصوراتها وسلوكها الجمعي بوجه عام". إذن، فظروف المجتمع وطبيعة نظامه السياسي ومدى تطور وسائل الاتصال فيه، تلعب دوراً أساسياً في بلورة الرأي العام واستخدام نتائجه للتأثير على سلوك الأفراد والقيادات. ففي الدول الديمقراطية تدلي التنظيمات السياسية وكل الفعاليات برأيها في قضايا المجتمع ويتم الأخذ به لترشيد القرارات السياسية.أما في أغلب دول العالم الثالث ومنها العالم العربي فلا يبدو أي احترام للرأي العام وبالأحرى استثمار نتائجه إذا أتيحت الفرصة لذلك. وعلى الرغم من التطور الهائل في وسائل الاتصال فإن عدة عوائق ما زالت تحول دون وجود رأي عام عالمي فعّال ومتفهم للقضايا الدولية، كقضايا التحرر والسلم والعنصرية. ومن هذه العوائق:

عدم وجود ثقافة عالمية، بمعنى عدم قابلية الناس في عصرنا إلى التعرف على المشاكل العالمية نظراً لتعقيدها. إننا نجد في أكثر الاستفتاءات أن هناك أغلبية تجيب بـ "لا" أو تقف موقفاً محايداً أو تجيب "لا أعرف". وهذا الجهل بالشؤون الدولية ليس قاصراً على الدول النامية فقط بل إنه يشمل أيضاً أكثر الدول تقدماً.

- وجود رقابة قوية من قبل أغلب الحكومات على الإعلام الخارجي.
- عدم قابلية المنظمات الدولية.
- التحسب من الوجود السابق للمعسكر الشيوعي، والرأسمالي.
- اللغة والقيم الخاصة لكل مجموعة بشرية.
- هل يحق لنا أن نتساءل عن الرأي العام العربي؟.

لقد أسهمت العوامل المشتركة العديدة بين الشعوب المنطقة العربي في تكوين اسس صلبة للرأي العام على نطاق العالم العربي كله. إذ بالإضافة إلى

وحدة الظروف التاريخية هناك وحدة اللغة والثقافة المشتركة والتكوين النفسي المشترك الذي يتمثل في التراث والعادات والدين. فإذا كانت المطالب السياسية المتمثلة بالتحرر من الاستعمار وتصفية الأحلاف والمعاهدات التي كانت تخضع الأقطار العربية للدول الكبرى تحت شعار الانتداب والحماية والوصاية، هي القضية الأساسية التي شغلت الرأي العام العربي خلال النصف الأول من هذا القرن، فإن تصاعد الوعي القومي مع ثورة تموز في مصر، وضع قضية الوحدة العربية وتحرير فلسطين في مقدمة المطالب السياسية الملحّة التي طرحتها الجماهير العربية.

السؤال الذي يطرح ألا وهو: لماذا لم يتبلور هذا الرأي العام العربي إلى واقع فعلي، رغم كل مقومات التوحيد التي يملكها؟. لعل العديد من العوائق وقفت أمام ذلك وما زالت بنسبة تزيد أو تقل ومنها:

- الفوارق الاجتماعية الهائلة بين تملك أو تتحكم في موارد الثروة والإنتاج ووسائل التعبير السياسي والإعلامي، وبين الكثرة من الجماهير العربي المحرومة كلياً أو جزئياً من المشاركة في الاستفادة بعوائد الثروات الطائلة، وبالتالي المشاركة في صنع القرارات السياسية أو القومية أو تشكيل صورتها الإعلامية في الداخل والخارج.
- انتشار الأمية في الوطن العربي انتشاراً خطيراً – حتى وصلت عام 2004إلى 63,8 في المائة.
- أزمة النخبة المثقفة في العالم العربي، فهي تتأرجح بين خطرين أولهما القهر السياسي والاجتماعي وثانيهما محاولات الاستيعاب والاحتواء من جانب الأنظمة العربية.
- احتكار الحكومات العربية لوسائل الإعلام.
- طبيعة المضامين الإعلامية التي تروجها أجهزة الإعلام العربية والتي يغلب عليها طابع التخلف والنظرة القطرية المحدودة ومصادرة الراي الأخر وعدم الاعتراف بوجوده، فضلاً عن غلبة النخبة الدعائية العاطفية والابتعاد عن الأساليب العقلانية والواقعية.

ويقول الدكتور "تركي صقر" في كتابه: الإعلام العربي"أن هناك ارتباط بين الظاهرة الإعلامية والرأي العام، فوسائل الإعلام من إذاعة وتلفزة وصحف ومجلات لها تأثير كبير على جمهور المواطنين وتوجههم الوجهة التي تريدها..أكثر من ذلك يبدو أن الإعلام له ارتباط وثيق ببناء المجتمع ككل، ويتأثر تأثراً مباشراً بالأوضاع الثقافية والاجتماعية والتنظيمات السياسية والبنى الإيديولوجية السائدة في المجتمع...

وهذه كلها عوامل تتدخل ليس فقط في رسم السياسة الإعلامية وفي تحديد أهداف العملية الإعلامية، بل في اختيار المادة الإعلامية نفسها. وإذا كانت جل الكتابات تحاول التمييز بين ثلاثة أهداف رئيسية للإعلام هي نقل وتوصيل المعلومات للآخرين ومحاولة التأثير في أفكارهم وآرائهم وتشكيلها ثم الترفية والتسلية وتمضية أوقات الفراغ، فإنه يجب التأكيد على تداخل هذه الهداف وتفاعلها.

فإن جوهر العملية الإعلامية يقوم دائماً على الاتصال أو التواصل وعلى توصيل المعلومات ونقلها ونشرها على أوسع نطاق ممكن. فكما يقول "رايت ميلز" في تحليلاته الخاصة والجادة حول الرأي العام والجمهور: "إن جانباً يسيراً فقط مما نعرفه عن الحقائق الاجتماعية عن العالم توصلنا إليه بأنفسنا وبطريق مباشر، بينما معظم التصورات والأخيلة التي في أدمغتنا عن العالم وصلت إلينا عن طريق وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري".

6) الإعلام العربي والديمقراطية:

إن مسألة الديمقراطية في الإعلام العربي نسبية جداً وذلك لأسباب كثيرة أهمها:

أن هذه الوسائل الإعلامية لم تعد بعد أن الإعلام هو علم له تخصصه وأدواته وتقنياته وأساليبه يجب رصد ميزانيات ضخمة له وتوجيه محكم... كما أن على الإعلام العربي تجاوز الهوامش القطرية والحروب الإعلامية العربية– العربية

حتى لا يستفيد أعداء الأمة منها في دعم مقولاتهم ضد الوطن العربي جميعه واتهامه بالتخلف الحضاري..

إن الديمقراطية الإعلامية العربية بحاجة إلى بلورة أكبر في ضوء التنافس الإعلامي العالمي الشديد حيث أصبحت هذه البلورة ضرورة ماسة للارتقاء بالوعي العربي وفق أسس سليمة وموضوعية. وهذه بحاجة إلى نظرة جدية من العرب والجامعة العربية كمنظمة قومية تعبر عن وجود قومي عربي، وفي جديتهم في تطوير أهدافها ووظائفها وتعديل ميثاقها.. وعن الرضية الصلبة لتوحيد العمل الإعلامي العربي تبدو في إشكالية التنسيق بين الأقطار العربية في المجالات الاقتصادية والاجتماعية وتكوين رؤية موحدة للمشاكل القومية الدولية. وتجاوز هذه الإشكاليات بما يتوفر عند الأمة العربية من إمكانات يمكن الإنسان العربي أن يزيل عنه هموم التخلف والتبعية والتجزئة ويزيل عنه وهم"الديمقراطية الغربية الزائفة" تمهيداً لاستبدالها بديمقراطية موضوعية تعالج همومه وطموحاته الآنية والمستقبلية.... وعن تطبيق الديمقراطية الإعلامية وتوظيفها في آليات الإعلام العربي على نحو صحيح يتطلب مزيداً من الجهد الدؤوب في إقناع المواطن العربي أن للديمقراطيه الحقة أسساً ومعايير موضوعيةً يجب أن تؤثر في وعيه بشكل صحيح لا بشكل زائف..وتلك مهمة ليست بمستحيلة.

7) وكالات الأنباء والإعلام العربي

إن ثمة خمس وكالات أنباء أساسية وهي: وكالة الصحافة الفرنسية (فرنسا)، وكالة الصحافة المتحدة (رويتر) بريطانية، تاس (الاتحاد السوفيتي سابقاً) يونايتد برس (الولايات المتحدة الأمريكية). وهذه الوكالات تتولى بشكل أساسي جمع وبث أخبار في كافة أنحاء العالم. ولكل وكالة مكاتب في أكثر من مئة وخمس وثلاثين دولة، وتستخدم عشرات الألف الأشخاص، أي جيوش من الإعلاميين. وتجمع وتوزع ملايين الألوف من الكلمات يومياً. وتنتج كل واحدة أخباراً على مدى 24 ساعة يومياً وترسلها إلى عشرات الآف الزبائن من وكالات

وطنية وصحف وإذاعات ومحطات تلفزيون. وتبث كل هذه الوكالات بعدة لغات: الإنكليزية، الألمانية، العربية، الأسبانية، الفرنسية، البرتغالية والروسية، ومؤخراً الصين واليابان".

إلا أن مراجعة أشكال التغطية الإعلامية التي قامت بها هذه الوكالات لتطورات الصراع العربي- الصهيوني خلال الأربعين عاماً الماضية" كافية أن توضح لنا أهمية وخطورة الدور الذي تلعبه وكالات الأنباء العالمية في الصراع الدولي وتشويه الصورة الحقيقية للأحداث ومحاولة فرضها على الرأي العام العالمي كحقيقة إعلامية. وكذلك بمراجعة مواقف الصحافة الغربية من دول النفط العربية في أثناء حرب تشرين التحريرية، وكذلك في أثناء اجتياح قوات العدو الصهيوني في لبنان عام 1982 فضلاً عن تزوير الحقائق في عملية الصراع أثناء الانتفاضة الفلسطينية الأولى والحالية، وكذلك ما تقوم به من قلب للحقائق أثناء العمليات الوحشية التي ترتكبها القوات الانكلوساكسونية في العراق تتضح لنا أنواع التشويه المتعمد ومحاولة استعداء الرأي العام ضد الدول النفطية العربية لمجرد محاولتها استخدام حقها المشروع في استعمال البترول كسلاح في معركتها القومية ضد (إسرائيل) الحليفة الأولى للدول الغربية. إن لهذا الاعتداء والاستعداء، وتشويه صورة الإنسان العربي في الإعلام الغربي أسباباً عدة منها:

استمرار عقلية الحروب الصليبية لدى غالبية الناس في الغرب وتفاعل ذلك مع النزعة الاستعمارية الحديثة للحفاظ على مصالح الدول العظمى الاقتصادية والاستراتيجية في الوطن العربي، وقد أكدّ ذلك جورج بوش في بداية شنه الحرب الطاحنة على أفغانستان حين قال: الآن بدأت الحروب الصليبية من جديد.

إضافة إلى تأثير وهيمنة الصهيونية على أجهزة الإعلام الغربية. وكمثال على ذلك: " في الثمانينيات ظهرت صورة العربي الإرهابي، في السبعينيات ظهرت صورة العربي الشره الذي يستغل البترول للسيطرة على اقتصاد العالم، وفي

الستينيات ظهرت صورة العربي الطاغية الذي لا يعبأ لحقوق المواطنين ولا بحقوق الإنسان".

وإذا كان الهدف من إنشاء وكالات أنباء عربية هو تصحيح الصورة المشوهة التي وكالات الأنباء الغربية عن الإنسان العربي لتضليل الرأي العام العالمي، فإن طغيان النزعة القطرية على نشاط هذه الوكالات واستعمالها وسيلة لتأجيج جو القطيعة المتأصل بين الحكومات العربية ساعدا على عدم تحقيق الهدف المرجو منها، فظلت تدور في فلك التبعية لوكالات الأنباء الأجنبية.

أسئلة الفصل السابع
Question Of Chapter (7)

- السؤال الأول: أجب عن الأسئلة التالية:

1. ماهية الرأي العام.
2. عدد أنواع الرأي العام.
3. ما هي العوامل المؤثرة في الرأي العام.
4. وضح وظائف الرأي العام.
5. وضح علاقة الإعلام بالرأي العام.

- السؤال الثاني: عرّف المصطلحات الإعلامية التالية:

(الرأي العام– الرأي الشخصي– الرأي الواقعي– الرأي الباطن– الرأي الائتلاف– الرأي المتغير– الرأي الثابت– الرأي اليومي– الرأي الأغلبية).

- السؤال الثالث: على الرغم من التطور الهائل في وسائل الاتصال فإن عدة عوائق ما زالت تحول دون وجود رأي عام عالمي فعّال ومتفهم للقضايا الدولية، كقضايا التحرر والسلم والعنصرية. (اذكر هذه العوائق).
- السؤال الرابع: لماذا لم يتبلور الرأي العام العربي إلى واقع فعلي، رغم كل مقومات التوحيد التي يملكها؟.
- السؤال الخامس: إن مسألة الديمقراطية في الإعلام العربي نسبية جداً وذلك لأسباب كثيرة (وضح ذلك).
- السؤال السادس: هناك خمس وكالات أنباء أساسية وضح موقف الإعلام العربي منها.
- السؤال السابع: ما هو دور الإعلام في الصراع العربي — الصهيوني؟.

الفصل الثامن

عمالقة وسائل الإعلام

الفصل الثامن

عمالقة وسائل الإعلام

يرى روبرت ماكزني Robert McChesney في مقالته "عمالقة وسائل الإعلام العالمية" The Global Media Giants أن هناك عملية تركيز مستمرة ومتسارعة في وسائل الإعلام في الولايات المتحدة، وأيضاً على الصعيد العالمي. ويكتب:

يهيمن حالياً على نظام وسائل الإعلام العالمية تسع شركات عملاقة من الدرجة الأولى. أكبر خمسة فيها هي: تايم وارنر Time Warner (المبيعات عام 1997(24) مليار دولار). ديزني Disney(22 مليار دولار). برتلمسان Bertelsmann (15 مليار دولار). فياكوم Viacom (13 مليار دولار)، وروبرت مردوخ نيوز كوربوريشن Rupert Murdoch's News Corporation(11 مليار دولار). إلى جانب الحاجة إلى المنافسة على نطاق عالمي، فالقواعد العامة للعمالقة وسائل الإعلام العالمية ذات شقين:

أولاً: كُن أكبر حتى تتمكن من الهيمنة على الأسواق، وحتى لا يستطيع منافسك أن يشتريك. وقد تضاعف حجم شركات مثل ديزني وتايم وورنر ثلاث مرات تقريباً في هذا العقد.

ثانياً: امتلك مصالح في صناعات متعددة ذات صلة بوسائل الإعلام، مثل إنتاج الأفلام، ونشر الكتب، والموسيقى، والقنوات والشبكات التلفزيونية، ومحلات البيع بالتجزئة، وحدائق الملاهي، والمجلات، والصحف، وما شابه ذلك. يمكن أن يكون الربح الإجمالي لدى عمالقة الإعلام اكبر بكثير من ربح جميع أجزاء وسائل الإعلام. الفيلم، على سبيل المثال، يمكن أن تتيح عنه أيضاً موسيقى تصويرية، وكتاباً، وسلعاً، وربما برامج تلفزيونية، وأسطوانات مدمجة، وألعاب فيديو، وغيرها من الألعاب في حدائق الملاهي.

الشركات التي ليس لديها ممتلكات في مجموعات وسائل الإعلام ببساطة لا تستطيع أن تنافس في هذه السوق.

ويشير ماكزني إلى أن شركات وسائل الإعلام العملاقة الخمس تهيمن على قدر كبير من وسائل الإعلام التي يتم إنتاجها وتوزيعها في سائر أنحاء العالم من خلال الشركات التابعة لها، ولديها العديد من المزايا مقارنة بالشركات التي لا تستطيع أن تصل إلى ما وصلت إليه عالمياً.

ويضيف ماكزني، أن هناك أربع مجموعات شركات أخرى من " الفئة الأولى": وهي ضخمة في حد ذاتها، ولكن لا يمكن مقارنتها بعمالقة الإعلام الخمسة الأوائل، من بين هذه سوني Sony (المبيعات عام 1997: 48 مليار دولار)، التي تملك كولومبيا تريستار بيكتشرز Columbia and TriStar Pictuses واعمال تسجيلات كبرى. وسيغرام Seagram (المبيعات عام 1997: 14 مليار دولار)، والتي تمتلك يونيفرسال Universal ومصالح موسيقية مختلفة. وهناك عدد من مجمعات وسائل إعلام من الفئة الثانية، كذلك، تسيطر هاتان الفئتان من مجموعات وسائل الإعلام العابرة للقارات على معظم وسائل الإعلام في العالم.

وكان بن باجديكيان Ben Bagdikian العميد السابق لكلية الصحافة في جامعة كاليفورنيا، في بيركلي، واحداً من العلماء الأوائل الذين لفتوا انتباهنا إلى هذه المسألة. وقد قال:

في عام،1982، عندما انتهيت من البحث الكتابي، "احتكار وسائل الإعلام" The Media Monopoly، كانت خمسون شركة تسيطر على نصف أو أكثر من نصف أعمال وسائل الإعلام. وبحلول ديسمبر عام 1986، عندما انتهيت من مراجعة الطبعة الثانية، نقص العدد من 50 إلى 29، وآخر مرة أحصيت عددها انخفض،إلى 26، عندما تم نشر أحدث طبعة من كتاب "احتكار وسائل الإعلام" في عام 1993، قد وصل إلى 20. ويتوقع عدد من المحللين الجادين لوسائل الإعلام في

وول ستريت أنه بحلول التسعينيات، سوف تسيطر نصف دزينة من الشركات العملاقة على معظم وسائلنا الإعلامية.

وتشكل الاحتكارات المحلية ما نسبته 98 ٪ من الصحف اليومية البالغ عددها 1700 صحيفة، ويسيطر ما يقل عن 15 شركة على معظم الدوريات اليومية في البلاد. وتمتلك مؤسسة تايم إنك التي تمتلك وحدها ما نسبته 40٪ من عائدات تلك الصناعة.

لقد حدث دمج الشركات الإعلامية التي يتحدث عنها باجديكيان وماكزني في حقول أخرى مرتبطة بوسائل الإعلام. هناك، على سبيل المثال، فقط أربع أو خمس شركات إعلانية عالمية عملاقة تمتلك معظم وكالات الإعلان المهمة. الشركات التي ترغب في استئجار وكالات الإعلان الآن تطلب، في كثير من الحالات، أن تكون جزءاً من هذه المجموعات العالمية حتى يمكن لإعلاناتها أن يكون لها امتداد عالمي.

يذكر ماكزني أن الخمسين شركة التي تتحكم في وسائل الإعلام لديها ارتباط بالعديد من المؤسسات الإعلامية الأخرى، مما يساعد عمالقة الإعلام على توطيد سلطتهم. لدى عمالقة وسائل الإعلام أيضاً أهداف ومصالح سياسية تؤثر في برامجها والمواقف التحريرية التي يتخذونها في مطبوعاتهم.

وقد توازن المؤسسات الإعلامية العملاقة بعضها البعض إزاء قضايا سياسية معينة، وقد تخدم الجمهور في مجالات معينة: على سبيل المثال، مكافحة العنصرية، وتشجيع ممارسة الجنس الآمن لمواجهة وباء الإيدز[1].

(1) آرثر آسا بيرغر، ترجمة: صالح خليل أبو إصبع،" وسائل الإعلام في المجتمع"، سلسلة عالم المعرفة، العدد(386)، مارس،2912، الكويت،ص 225 وما بعد...

أسئلة الفصل الثامن

Question Of Chapter(8)

- السؤال الأول: تحدث عن عمالقة وسائل الإعلام؟
- السؤال الثاني: هناك أكبر خمس شركات عملاقة تهيمن على وسائل الإعلام كما يراها روبرت ماكزني Robert McChesney.

الفصل التاسع

مفهوم التنمية ومدلولها

الفصل التاسع
مفهوم التنمية ومدلولها

لم تعد التنمية تقتصر على البعد الاقتصادي فقط. بل أضحت أوسع واشمل من ذلك بكثير.

حيث يوجد إجماع من قبل الباحثين في شأن الإعلام التنموي على تحديد مفهوم التنمية بمفهومها الشامل.

يُعدُّ التنمية عملية ديناميكية، شاملة، وعقدة، وعميقة، وواعية، ومقصودة، ومدروسة. تتم بالإنسان ومن أجل الإنسان. وتهدف إلى إحداث تحولات واسعة وشاملة وعميقة في المجتمع. وفي مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإعلامية. وهذا ما يؤكد أنها عملية مرتبطة بالظروف الخاصة والإمكانات والموارد المادية والبشرية، ومن ثمَّ لا يمكن استيرادها أو استعادتها جاهزة، بل هي مشروع يجب العمل على إيجاده[1].

أن التنمية ليست عملية اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية أو تربية منفردة بل هي مزيج من هذا كله، وربما تعددها إلى جوانب أخرى غيرها. وهي عملية إنسانية هادفة، وواعية، ودائمة التغيير[2].

يقول الزبير سيف الإسلام في كتابه "الإعلام والتنمية في الوطن العربي"[3] إذا كانت التنمية تعني فيما مضى عند رواد الحركة الوطنية العربية التنمية البشرية (السياسة التعليمية) من أجل طرد المستعمر. فقد تغير مفهومها بعد أن حققت شعوبها استقلالها وحريتها واستعادت سيادتها الوطنية فأصبحت تعني

---

(1) د. اديب خضور، "الإعلام المتخصص، الاقتصادي، الرياضي، الثقافي، السكاني، العلمي، خصائص الكتابة للإذاعة والتلفزيون، دمشق، 2003.

(2) د. وجيه الشيخ – الإعلام والدعاية، دمشق، 1989

(3) الزبير سيف الإسلام، الإعلام والتنمية في الوطن العربي، 1981

التنمية الشاملة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية والبشرية والعمرانية والصحية...الخ.

وضمن هذا السباق يشير الدكتور حجاب في كتابه (الإعلام والتنمية الشاملة) إلى أن التنمية الشاملة[1] تتعدد وتتسع لتشمل النظام المجتمعي بأسره بكل ما تتضمنه من نظم فرعية كالنظام السياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي والإعلامي...الخ. والذي في ضوئها تتسع وتتعدد أبعاد التنمية الشاملة لتشمل التنمية الروحية، والذاتية، والاقتصادية، والسياسية، والبشرية، والنفسية، والإدارية والتشريعية.

فهي إرادة ومسألة إدارة تتوجه بموجبها جهود المجتمع وفقاً لأقصى ما تسمح به إمكاناته إلى تحقيق الآتي:

- تعميق أسس المشاركة السياسية في اتخاذ القرار على جميع المستويات.
- تهيئة البيئة الثقافية التي تسمح بأقصى إمكانيات العطاء والإبداع وتحقيق الذات.
- توفير ضمان الأمن الشامل على مستوى الفرد والمجتمع الوطني.
- تصفية بناء التبعية وإبطال مفعول آلياتها.
- تكوين قاعدة لإطلاق طاقات إنتاجية ذاتية ودائمة.
- تأكيد ضرورة الترابط بين الجهد والمكافأة.
- تهيئة المجتمع لأداء رسالته الحضارية.

وتنسجم أراء عبد المجيد شكري مع هذا الطرح في دراسته (الاتصال الإعلامي والتنمية) بقوله إن التنمية[2] أصبحت قضية ملحة. اتسعت دائرة مفهومها ليتخطى مجرد النمو الاقتصادي والاجتماعي والثقافي ليمثل جميع

(1) د. محمد حجاب،الإعلام والتنمية الشاملة، القاهرة،1998

(2) عبد المجيد شكري،" الاتصال الإعلامي والتنمية، آفاق المستقبل وتحديات قرن جديد، القاهرة، 1985.

جوانب الحياة..فالتنمية قضية مصير في عالم دائم التغيير، ودائم الحركة ودائم التقدم.

وتجعل الباحثة شاهيناز محمد طلعت في بحثها (وسائل الإعلام والتنمية والاجتماعية) التنمية[1] نوعاً خاصاً من التغيير الاجتماعي، حيث يتم من خلاله إدخال أفكار جديدة إلى المجتمع بهدف زيادة دخل الفرد، والارتقاء بمستوى المعيشة.

ويعتقد باي (pye) أن سريان وسائل الاتصال يحدد اتجاه التنمية الاجتماعية وسرعتها وديناميكيتها.

يشير الدكتور عبد الحمصي في بحثه عن (إدارة التنمية ودورها في التنمية الشاملة) إلى أن التنمية هي عملية حضارية شاملة لمختلف أوجه النشاط في المجتمع. إذ هي عملية مجتمعية متشابكة ومتكاملة في إطار نسيج بالغ التعقيد تتفاعل فيه عوامل اقتصادية واجتماعية وسياسية وثقافية.

وضمن هذا السياق المعرفي يؤكد الدكتور حسنين توفيق في كتابه الدولة والتنمية في مصر)[2] أن التنمية عملية مجتمعية شاملة وديناميكية، تتم من خلال إحداث تغييرات تراكمية، منتظمة ومخططة في الأبنية والهياكل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية للمجتمع.

وذلك على النحو الذي يؤدي إلى توسيع القاعدة الإنتاجية، وتوفير الحاجات الأساسية للسكان ورفع مستوى معيشتهم، والانتقال بالمجتمع من حالة التخلف إلى حالة التقدم.

(1) شاهيناز محمد طلعت، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، دراسات نظرية مقارنة ميدانية في المجتمع الريفي، القاهرة، 1995.

(2) حسنين توفيق، الدولة والتنمية في مصر، الجوانب السياسة، دراسة مقارنة، القاهرة، 2000.

وبناءاً على ذلك يشير توفيق إلى أن مفهوم التنمية متعدد الأبعاد وهذه الأبعاد متداخلة وتؤثر في بعضها بعضاً.

بناءاً على ذلك يشير الدكتور سعيد محمد الحفار في كتابه "أضواء على مفاهيم السياسية، الإستراتيجية، التخطيط"[1] إن التنمية هي مجموعة العمليات الرشيدة الشاملة المتكاملة التي يقوم بها مجتمع من المجتمعات لتحسين نوعية الحياة، ومستوى الثقافة فيه، وخاصة في القطاعات الفقيرة أو المتدنية منه، بما يقربه من مُثُله وآماله في التقدم والرفاهية. تنمية اجتماعية تتم في إطارها تنمية اقتصادية.

والتنمية بهذا المعنى هي أولاً قبل كل شيء: تنمية اجتماعية تتم في إطارها التنمية، فهي تسعى لتطوير عناصر الإنتاج في المجتمع، وترشيد التدفق القومي للسلع والخدمات داخل هذا المجتمع، وبينه وبين المجتمعات الأخرى من اجل أهداف إنسانية خلقية وروحية وفكرية ومادية، منها زيادة الدخل القومي والفردي وعدالة توزيع الثروة، ورفع مستوى صحة لأفراد، وتوفير الغذاء والتعليم والمسكن لهم، وزيادة أمنهم وإيمانهم وحريتهم وتماسكهم.

وجدير بالذكر أن التنمية الحقيقية هي: التنمية التي تتم أساساً بالجهد الذاتي والاعتماد على النفس، ويعني هذا أن أول ما يتوجب على أي مجتمع أن يغفله في سبيل تنميته هو أن يرجع إلى ذاته أو هويته، وأن يعتمد في المقام الأول على قواه وموارده وما ملكت يداه، أن يبتدع نموذجاً للتنمية يراعي خصائصه الثقافية، ونظامه القيمي، ومُثُله، وأوضاعه، وإمكاناته، واحتياجاته الاجتماعية والاقتصادية.

ومع ذاتية التنمية يأتي مبدأ التعبئة الشعبية، والمشاركة المتزايدة الواعية لجميع شرائح السكان في مجموع الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية

---

(1) د. سعيد محمد الحفار في كتابه " أضواء على مفاهيم السياسية، الإستراتيجية، التخطيط"، الجمهورية العربية السورية، هيئة الموسوعة العربية، دمشق،2003.

والثقافية، التي هي موضوع التنمية، وبالتالي في الإفادة من عوائد التنمية بصورة عادلة.

كذلك يأتي مع ذاتية التنمية مبدأ الاعتماد والجماعي على النفس، حيث تتضافر مجموعات من الدول المتشابهة في الأوضاع والمشكلات والطموحات، والمتكاملة في الإمكانات، من أجل الاستثمار الأمثل لطاقاتها، والانطلاق في تنمية مجتمعاتها.

وقد صار مقرراً أن التنمية ترتكز على البيئة وما فيها من موارد وخيرات وإمكانات تمكنها من تحقيق إستراتيجيتها لبلوغ الهدف الأسمى لها وهو: تحسين نوعية البيئة وحياة الإنسان، لكن الأمر يتطلب توضيحاً للمفهوم المعاصر للتخطيط عامة والتخطيط التنموي خاصة من أجل فهم موضوع التكامل البيئي الإنمائي.

ويرى أن كلاً من د.نزار سعد الدين العيسى ود.إبراهيم سليمان قطف "أن التنمية[1] هي ظاهرة مركبة، تتضمن النمو الاقتصادي، كعنصر هام وأساسي، مقروناً بحدوث تغير في الهياكل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية، والعلاقات الخارجية، أي أن التنمية تتمثل في تغيرات عميقة، في الهياكل الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية في المجتمع. وفي العلاقات التي تربطه بالنظام الاقتصادي والسياسي العالمي، وينتج عن ذلك توليد زيادات تراكمية في مستوى دخل الفرد الحقيقي، على أن تكون قابلة للاستمرار واقتران ذلك من أثار إيجابية غير اقتصادية. وهذا ما يعرف بالتنمية المستدامة.

(1) د. نزار سعد الدين العيسى ود. إبراهيم سليمان قطف،" التحليل الكلي"، دار الحامد، الأردن، عمان، 2006.

أسئلة الفصل التاسع

Question Of Chapter(9)

- السؤال الأول: وضح مفهوم التنمية، على أنها مفهوم اجتماعي، حضاري، اقتصادي، ديناميكي، سياسي.
- السؤال الثاني: وضح مفهوم التنمية المستدامة؟

الفصل العاشر

الإعلام التنموي

الفصل العاشر

الإعـلام التنمـوي

1) الإعلام أساس عامل التنمية:

إن التنمية هي أعمال متكاملة عديدة الأبعاد، والإنسان منطلقها وهدفها. وهي لا تكون إلا بنتيجة الجهود المتضافرة التي تضطلع بها القوى للأمة. وما النشاط الاقتصادي إلا محور من محاورها المتعددة.

إن دراسة علاقة الإعلام والاتصال بالتنمية الاقتصادية يستوجب التعمق في دراسة وظائف هذه الأجهزة الإعلامية في النشاط الاقتصادي بمختلف جوانبه.

لقد تم ربط الإعلام منذ زمن بعيد بالإنتاج وبالعمل والبيئة إلا أن الصلة بين الاقتصاد والإعلام والبيئة أصبحت بارزة الآن أكثر فأكثر وأضحى الاتصال قوة اقتصادية مهيمنة وعاملاً حاسماً من عوامل التنمية الحقيقية في مختلف أنحاء العالم.

والواقع أن الحقيقة أشد تعقيداً إذ تتمثل الأجهزة الإعلامية اليوم في الصحف والمجلات ودور النشر وهيئات الإذاعة والتلفزة ووكالات الأنباء ومؤسسات إشهار و(إعلان) والعلاقات العامة وشبكات التوزيع للوثائق المطبوعة والمرئية والمسموعة وأجهزة البث الإذاعي والتلفزي ومصالح الإعلام الحكومية وبنوك المعلومات والأدمغة الالكترونية إلى غير ذلك.

تحتل نشاطات الإعلام مكانة كبيرة في اقتصاد كل بلد ويبرز ذلك من خلال فرص العمل وحجم رؤوس الأموال والصناعات المتصلة بمحطات البث الإذاعي والتلفزي وأجهزة التقاط المقابلة والطباعة وإنتاج ورق الصحف والصناعات الإلكترونية....الخ. والاتصال مرتبط أيضاً بفروع أخرى عديدة من النشاط

الصناعي مثل الأقمار الصناعية والأدمغة الإلكترونية والألياف الضوئية وأشعة الازر وأجهزة الفيديو والراديو...الخ.

يقول وليام دافيد سون في كتابه " المسابقة العجيبة" the Amasing Race W. Davidsan، إن قيمة الصناعات الإعلامية ستحتل قبل نهاية هذا القرن نسبته 40٪ من مجموع الصناعات ومجموع الأنشطة الإعلامية. كما قدر هذا المؤلف قيمة مجموع الأنشطة الإعلامية الأمريكية بما لا يقل عن /150/ مليار دولار.

ويذهب البعض إلى أبعد من ذلك في تحليليهم حيث يرون أن قطاع الإعلام يمثل قسماً كبيراً من الأنشطة الخاصة بالتربية والعلوم والطب الوقائي والخدمات والإدارة العامة والمصالح المالية.

وقد استعملت الأجهزة الإعلامية والتقنيات الجديدة بغزارة في الدول الصناعية وجميع القطاعات ومختلف الأنشطة.

ويقدر بعضهم أن نشاطات الإعلام والاتصال في البداية التي بلغت درجة عليا من التطور التقني قد فاقت كل النشاطات الأخرى. وبلغت نسبتها حسب تقدير الدكتور حسن صعب 40٪ في اليابان، وفي ألمانيا الغربية من مجموع القوى العاملة. ويقول السيد فولار F0wler رئيس اللجنة الفيدرالية الأمريكية للاتصال "إن هذه الأنشطة الإعلامية التي كانت نسبتها في الولايات المتحدة لا تزيد في سنة 1880 عن 2٪ ضمن الحركة الاقتصادية من تشغيل وإسهام في الإنتاج قد تجاوزت بعد قرن، أي في سنة 1980 نسبة 66٪ من المنتوج القومي الأمريكي.

وعليه فإن الإعلام الذي أضحى المورد الذي تتوقف عليه بقية الموارد، سيحتل المكانة التي كانت لرأس المال في المجتمعات المصنعة في الماضي القريب مثلما احتل رأس المال المكانة التي كانت للموارد الطبيعية قبل مائتي عام.

ولكن الإعلام هو أيضاً المسؤول الرئيسي عن الهوة التي يتزايد اتساعاً بين الشمال والجنوب، فنسبة التجهيزات الإعلامية المتوفرة في البلدان المصنعة التي تفوق الآن عشرين مرة ما تملكه بلدان العالم الثالث، ستكون أكثر من (50) مرة في نهاية هذا القرن.

وبسبب ذلك فإن التوسع البالغ الذي سجله هذا القطاع داخل مجموع النشاط الصناعي في البلدان المصنعة ومعدل نموه سيؤثران حتماً في التطور الاجتماعي والاقتصادي والسياسي لكل بلد، وتبعاً لذلك يتعين على البلدان الأقل نمواً أن تدرك الأهمية البالغة لهذا المورد وأن تستخدمه أفضل استخدام حتى يسهم بقسط وافر في تنميتها وتطورها.

كما أن الإعلام أساس عامل تنمية فمن المسلم به اليوم هو أنه بدون وسائل إعلام لا سبيل إلى التطور والتقدم الاقتصادي والاجتماعي.

فمفهوم التنمية البيئة الإعلامية إذن يتضمن مفهوم إدارة الرشيدة للموارد الطبيعية من أجل تحقيق طوعي لمفهوم الحفاظ على البيئة حكماً، وهو غاية الغايات.

إن دول العالم اليوم تتجه بكليتها إلى منظور بيئي إعلامي عالمي تتخذه إطاراً لسياساتها الإنمائية، واستثمار مواردها عقلانياً من خلاله، وقد وضعت معالم هذا المنظور البيئي من قبل "اللجنة العالمية المعنية بالبيئة والتنمية" بتكليف من الأمانة العامة للأمم المتحدة من أجل منهم للقضايا البيئة وقضايا التنمية.

إن العالم اليوم مضطر لمواجهة الواقع لأن معظم المشكلات البيئية وأكثرها تهديداً أو خطورة إنما تنشأ إلى حد كبير عن الفقر المتفشي، والتوزيع المجحف لموارد داخل كل بلد على حدة، بل وبين دول العالم.

2) الثالوث المترابط: الإعلام، والتنمية، والبيئة:

ثالوث يرتبط في إطار منظومة تتزايد تشابكاً، كما تكمن جذور كثير من المشكلات البيئية الخطيرة للعالم الثالث في العالم الاقتصادي والاجتماعي، وعدم التوازن في العلاقة بين الإنسان والطبيعة.

وفوق ذلك كله، يرى المنظور البيئي العالمي أن ثمة مشكلات بيئية أخرى ستطوق العالم ما لم يتم تدبر الأمر بحزم ومن خلال تعاون دولي كامل، بالنسبة للمشكلات البيئية التالية:

- التغيرات المناخية التي تسببها مستويات مرتفعة لثاني أكسيد الكربون.
- وتلوث الهواء عبر الحدود على شكل هطول أمطار حامضي.
- واستخدام، وسوء استخدام الموارد الكيميائية.
- وسوء إدارة النفايات الخطرة إلى غير ذلك.

إن العالم يتقلص على نحو سريع، ويتقاسم اقتصاداً عالمياً، وبيئة عالمية هي الأساس لاقتصاد العالم، الحاضر والمقبل من أجل تنمية قابلة للاستمرار، وتنمية بيئية إعلامية تؤمن معيشة لائقة وكريمة للبشر أجمعين.

3) مفهوم التنمية البيئية الإعلامية:

إن العامل البيئي في التنمية وعلى المستوى العالمي بدأ يسهم إسهاماً متزايد الأهمية، بحث أضحى أهم ما يشغل بال"الحركة البيئية في العالم" اليوم، هو العمل على تطبيق هذه المفاهيم فالعالم بحاجة ماسة إلى أقصى حد للقوى العاملة، والمال لتحويل أفكار التنمية القابلة للاستمرار إلى أعمال ملموسة.

إذ تتمثل الأهداف العامة للتنمية السليمة بيئياً:

- تحسين القدرة الوطنية على إدارة الموارد الطبيعية إدارة رشيدة.

- دراسة تجربة البلدان الصناعية لضمان جني العبر من أخطائها في السابق.
- ضمان إدراج التخطيط البيئي في كل مراحل التخطيط الإنمائي.
- جمع ما يكفي من البيانات الأساسية ذات الطابع البيئي للسماح لإجراء تخطيط إنمائي سليم.
- إعلام الجمهور بما يواجه من تحديات.
- التركيز بوجه خاص على الأنظمة المعرضة للخطر سواء كانت صحاري، أو تجمعات مياه، أو مناطق حراجية، أو نمواً حضرياً.

السيد "كلاوسن" رئيس البنك الدولي في الإعلان الذي صدر عام 1980، التي تبنى مبدأ الحفاظ على البيئة، ويقول:

"إن التنمية القابلة للاستمرار، والاستثمار الرشيد للموارد الطبيعية، يعزز كل منهما الآخر، وهما سلعتان لا يمكن إطلاقاً الفصل بينهما لأنهما يمثلان التكامل الطبيعي بين البيئة والتنمية الإعلامية.

4) تعريف الإعلام التنموي:

يعرف الدكتور أديب خضور الإعلام التنموي بأنه" المنظومة الإعلامية الرئيسية أو الفرعية التي تعالج قضايا التنمية". ويعدُّ الدكتور وجيه الشيخ الإعلام التنموي فرعاً أساسياً ومهماً من فروع النشاط الإعلامي. ويعني من حيث الأساس، وضع النشاطات المختلفة التي تضطلع بها وسائل الإعلام في مجتمع ما في سبيل خدمة قضايا المجتمع وأهدافه العامة.

أو بمعنى آخر هو" العملية التي يمكن من خلالها التحكم بأجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع وتوجيهها بالشكل المطلوب الذي يتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصلحة المجتمع العليا".

5) خصائص الإعلام التنموي:

ومن أبرز خصائص الإعلام التنموي:

- إنه إعلام هادف يسعى في تحقيق أهداف اجتماعية تنموية تخلق أرضية المناسبة لإنجاح الخطط التنموية.
- كما أنه إعلام شامل يرتبط بنواح اقتصادية وسياسية واجتماعية وثقافية تربوية.
- وإعلام واقعي يفترض أن يستند إلى الوضوح في التعامل مع الجمهور والثقة المتبادلة.
- كما يتصف بالتخطيط والبرمجة المعقولة.

6) أهمية الإعلام التنموي:

وتكمن أهمية الإعلام التنموي:

في الدفع قدماً نحو الأمام لمسار التنمية وإنجازها بالشكل المطلوب، ولتوضيح هذه الحقيقة يبين الدكتور حسنين توفيق بقوله:

إن إنجاز التنمية يفترض في نواح عدة:

- تعبئة الموارد الذاتية للمجتمع وفق استراتيجية واضحة ومدروسة لكيفية تحقيق التنمية وحصر أولوياتها من ناحية.
- وتوسيع نطاق المشاركة الشعبية من ناحية ثانية.
- وإنشاء وتحديث الأجهزة والمؤسسات التي تنهض بالدور الرئيسي في تنفيذ الخطط والبرامج التنموية من ناحية ثالثة.
- وتحقيق قدر من العدالة في توزيع أعباء التنمية وعوائدها من ناحية رابعة.

بينما يحدد الدكتور وجيه الشيخ أدوار الإعلام التنموي بأنها ادوار اجتماعية وسياسية وثقافية:

- فمن الناحية الاجتماعية، يقوم بتوسيع الآفاق الفكرية، ولفت انتباه الناس إلى القضايا العامة باعتبار التنمية تتطلب قيماً ومعايير ومعتقدات اجتماعية متجددة. فنظام الاتصال هو أداة للتغير نحو نظام اجتماعي شامل.
- وعلى صعيد دوره السياسي فإنه يهدف إلى تأكيد أهمية مبدأ الوحدة الوطنية وتوسيع دائرة الحوار السياسي، ودفع الناس باتجاه المشاركة السياسية وإتخاذ القرار وتوضيح الأبعاد الوطنية للتنمية.
- ومن الناحية الثقافية يسعى في خلق الظروف المواتية للتنمية ودعم التحولات الاجتماعية، وترسيخ التطورات الإيجابية في مجال التعليم، والاهتمام بالتربية جانباً إلى جنب مع التطور الاقتصادي والاجتماعي فالتنمية عملية إنسانية حضارية ونسبية.

وهكذا، فالإعلام التنموي يهدف إلى خدمة قضايا المجتمع وأهداف عامة أخرى فهو يسعى في تحقيق أهداف وغايات اجتماعية مستوخاة من حاجات المجتمع الأساسية ومصالحه الحيوية. ويسهم أيضاً في ترسيخ الوعي الحقيقي بالتنمية القائم على المصارحة وتقديم الحقائق ومن ثم تبني الخطط التنموية اللازمة.

مما سبق، نلاحظ أن التنمية في البلدان التنمية مرتبطة جذرياً بتحررها الاقتصادي الذي يعتبر ركيزة التحرر السياسي والاستقلال السيادة كل هذه المعاني الوطنية، فلا تحرر سياسي ولا سيادة ولا استقلال إلا إذا اقترنت مع التحرر الاقتصادي، ولا تحرر اقتصادي دون تنمية. وإلا فإن التبعية تنتقل من شكلها السياسي والعسكري المباشر إلى شكلها الاقتصادي غير المباشر.

ومن هنا تغدو معركة التنمية الشاملة (الاقتصادية– الاجتماعية– البيئية–التربوية– العلمية– التقنية..) أو التنمية القابلة للإدامة أو للاستمرار التي

أضحت تياراً عالمياً بعد مؤتمر قمة الأرض الذي انعقد في البرازيل في حزيران عام 1992، وهي التنمية التي بنيت على أساس التكامل بين البيئة والتنمية مع الحفاظ على البيئة، بديلاً عن التخاصم الذي ساد بين الاقتصاديين ومصممي ومخططي السياسات التنموية الوطنية السابقين، أقول قد أضحت قضية قومية يجب أن تستأثر لاهتمام الجماهير، وتشدهم إليها، وتشحذ فيهم إرادة النضال من أجل تحقيقها.

التنمية القابلة للإدامة (للاستمرار) اليوم هي التعبير الحديث عن معنى الحياة الكريمة للإنسان في ظل بيئته من أجل البقاء، كما أنها تعبير عن مكانة الأمة ونصيبها من الحضارة الإنسانية.

إن حصيلة التنمية البيئية التي نريد، يجب أن تكون بناء الإنسان المتطور، المتطور في عقليته وفكره، لأنه لا مناص من الانتقال من مجتمع الاستهلاك، مجتمع البحبوبة الظاهرة الفارغة التي لا يتمخض عنها سوى الاستهتار والإتكالية وضعف الحس بالمسؤولية، إلى مجتمع الارتقاء، مجتمع الإبداع، مجتمع السيطرة على المصير الذاتي.

مما تقدم أن معركة التنمية الشاملة معركة مصيرية في البلدان النامية تشارك فيها إلى جانب السلطات المتعددة في الدولة القطاعات الشعبية المختلفة والأحزاب والقوى الوطنية والتقدمية، وتقف وسائل الإعلام لتحرك هذه الفعاليات جميعها وتحشدها جميعها أيضاً لإنجاح خطط التنمية السنوية والخمسية والمراحل التي تمر بها.

هنا في حالة البلدان النامية تتطابق وظائف الإعلام ومهامه مع طبيعة التنمية ومهامها وأهدافها، فالإعلام له رسالة وطنية يتوجه فيها إلى كل أفراد المجتمع لا يبغي من ورائها الربح والكسب المادي السريع لأصحاب ومالكي وسائل

الإعلام لأن هذه الوسائل هي ملك للجميع وللشعب وليس لأفراد أو شركات خاصة.

7) الإعلام شريك التنمية:

السؤال الذي يطرح نفسه الآن ألا وهو: كيف يكون الإعلام شريكاً في عملية التنمية.

تمارس وسائل الإعلام دورها في العملية التنموية عبر المراحل التالية[1]:

مرحلة التخطيط للخطط التنموية، وذلك بتحضير الرأي العام الشعبي لهذه الخطط ونشر الدراسات والبحوث والتجارب العالمية لبلدان شبيهة من اجل اعتماد أفضل الخطط.

مرحلة البدء بالتنفيذ وهنا تمارس أجهزة الإعلام المتعددة دورها في الاستفادة من جهود وطاقات المواطنين المختلفة للانخراط في العملية التنموية.

مرحلة التنفيذ أو الدخول ميدانياً في برامج خاصة بالتنمية توجه وتوضح أبعاد مراحل الخطط.

مرحلة المراقبة وتصحيح المسارات والمحاسبة في اي تقصير أو تلكؤ.

وعلى هذا الأساس تكون الشركة تامة بين الإعلام والتنمية، فلا تستطيع عمليات التنمية أن تستغني عن الإعلام في جميع المراحل.

8) بروز دور الإعلام في التنمية:

السؤال: كيف برز دور الإعلام في التنمية؟.

(1) د. تركي صقر، "الإعلام العربي وتحديات العولمة"، وزارة الثقافة، دمشق، 1998، ص53.

منذ زمن لم يقتصر دور وسائل الإعلام أو الاتصال الجماهيري على نقل الأخبار والتعليقات السياسية والبرامج الترفيهية أو المنوعات والمسابقات بل أصبحت إحدى أدوات التقدم في عمليات التنمية الوطنية والتغير الاجتماعي.

لقد تطور دور الإعلام في التنمية في العقدين الماضيين كثيراً وأنشئت في معظم المؤسسات الصحفية والإعلامية أقسام خاصة بالاقتصاد والتنمية، كما أحدثت مديريات الإعلام التنموي في وزارات الإعلام في البلدان النامية. وفي سورية هناك مديرية في وزارة الإعلام للإعلام التنموي، كما أحدثت البرامج الإذاعية والتلفزيونية التنموية، وخصصت صفحات في الصحف المركزية لهذا الغرض. وتكرس الصحف الرسمية وصحف المحافظات جل نشاطها للغايات التنموية وحركة التطور والبناء في المحافظات...

وتساهم في زيادة فعالية النشاط الإعلامي التنموي في منظمات دولية وعلى رأسها منظمة اليونسكو التي برز اهتمامها منذ عام 1957 بهذا الأمر عندما عرض أمام الأمم المتحدة تقرير شرحت فيه اليونسكو جوانب النقص المروع الذي تعاني فيه البلدان النامية في المجالات الإعلامية. وبيّن التقرير أن ما يعادل ثلثي سكان العالم حوالي /2/ مليار نسمة لا يحصلون على أي قدر من المعلومات التي تبثها بوجه عام وسائل الإعلام الكبرى، وفي مرحلة السبعينيات تكثف تركيز المنظمة الدولية على نشاط الإعلام التنموي وتقديم المساعدات السنوية لإقامة ورشات العمل والندوات في هذا الصدد وقد ركّزت المنظمة على ثلاثة محاور وهي:

- دور وسائل الإعلام الكبير في التغيير الاجتماعي.
- وظائف الإعلام في المجتمعات المعاصرة.
- تدفق المعلومات دولياً في الحاضر والمستقبل.

أقرّت إعلان الرابع والعشرين من تشرين الأول يوماً عالمياً للإعلام التنموي يحتفل فيه العالم بأعياد المنظمة الدولية المعترف بها في جميع البلدان الأعضاء.

أسئلة الفصل العاشر

Question Of Chapter(10)

- السؤال الأول: الإعلام أساس عامل التنمية.(وضح ذلك).
- السؤال الثاني: تحتل نشاطات الإعلام مكانة كبيرة في اقتصاد كل بلد.(علل ذلك).
- السؤال الثالث: يدعي البعض أن الإعلام هو المسؤول الرئيسي عن الهوة التي يتزايد اتساعاً بين الشمال والجنوب(ما رأيك).
- السؤال الرابع: يقال أن هناك ترابط عضوي بين الإعلام والتنمية والبيئة (وضح ذلك).
- السؤال الخامس: يقال أن هناك مشكلات بيئية ستطوق العالم (ما هي هذه المشكلات).
- السؤال السادس: ما هي أهداف التنمية الإعلامية المستدامة؟.
- السؤال السابع: عرّف الإعلام التنموي؟.
- السؤال الثامن: ما هي أبرز خصائص الإعلام التنموي؟.
- السؤال التاسع: ما هي أهمية الإعلام التنموي؟.
- السؤال العاشر: ما هي أدوار الإعلام التنموي؟.
- السؤال الحادي عشر: الإعلام التنموي يهدف إلى خدمة قضايا المجتمع وأهداف عامة أخرى. (وضح ذلك).
- السؤال الثاني عشر: كيف يكون الإعلام شريكاً في عملية التنمية.
- السؤال الثالث عشر: كيف برز دور الإعلام في التنمية؟.

الفصل الحادي عشر

متطلبات وضرورات الإعلام التنموي

الفصل الحادي عشر

متطلبات وضرورات الإعلام التنموي

1) دور وسائل الاتصال في التنمية:

لقد تطورت النظرة إلى دور وسائل الاتصال الجماهير نحو التنمية بشكل مضطرد وملحوظ. ولم تستقر عند معين مع تطور المجتمعات وحركة التاريخ وأدى التقدم التكنولوجي الذي طرأ على هذه الوسائل دوراً حاسماً في تغيير الصورة لدى أصحاب القرار والعامة من المجتمع. فقد تدرجت النظرة وفق مراحل متعددة وهي:

مرحلة الإهمال: وهي الفترة ما بعد الحرب العالمية الثانية وحتى نهاية الخمسينيات. ولم تكن نظريات التغيير الاجتماعي في هذه الحقبة تعير موضوع الاتصال أهمية خاصة. وكان الاهتمام مركزاً على تراكم المال، والادخار، والاستثمار بوصفها مداخل رئيسية للتنمية. وتناولت النظريات السياسية عوامل السلطة، والعلاقة بين الفئات الاجتماعية والتنمية والقيادة في المجتمع.

مرحلة المبالغة: والتي شملت مرحلة الستينيات وأوائل السبعينيات وساد الرأي حول دور وسائل الاتصال في تعبئة الموارد البشرية وذلك من خلال إحلال قيم واتجاهات، وسلوكيات جديدة، عوضاً عن السلوكيات والمعتقدات السابقة.

مرحلة التوازن: وهي الفترة التي تعتمد فيها وسائل الاتصال الجماهير بوصفها وسيلة رئيسية في تنفيذ الخطط التنموية إلى جانب وسائل الاتصال التقليدية، مع إعطاء المشاركة السياسية دوراً واضحاً في تفعيل دور الإعلام، فالإعلام قادر على تركيز الانتباه على مشاكل التنمية وأهدافها ولديه القدرة على النهوض بالآمال الوطنية والشخصية على حد سواء في حال توافر الشروط الموضوعية لذلك، فهو مؤشر وأداة للتغيير في نظام اجتماعي شامل. ويبرز شرام (Wilbur Shramm) أهمية المشاركة السياسية للجمهور لإحداث التغيير المنشود

في الخطط التنموية بقوله[1]: "لنجعل شعوب الدول النامية تتخذ قرارات التنمية، وتتيح لها القاعدة للمشاركة الفعالة، والأخذ بالتغييرات المقررة لها والإسراع بها، فهذه ليست عملية مبهمة وجامدة لا مرونة فيها. فإذا أتيح لها تدفق إعلامي فإن الناس سيكونون قادرين على فعل أشياء كثيرة بشأن تحديد الأهداف وتقرير متى يتغيرون وكيف يتغيرون وماذا يريدون لمجتمعهم من تغيير.

2) العلاقة التكاملية بين السياسات الإعلامية والسياسات المجتمعية:

يبين د. محمد حجاب العلاقة التكاملية بين وسائل الإعلام والخطط التنموية بأسلوب لا يدع فيه مجال للشك. بقوله:"لا بد من تكامل بين السياسات الإعلامية، والاقتصادية والاجتماعية للخروج بالخطة التنموية الشاملة. وينبع ذلك من حقيقة مفادها أن الاتصال وحده لا يمكن أن ينهض بعبء التنمية. ومن ناحية أخرى أن السياسات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والتعليمية وحدها لا تنهض بتحقيق متطلبات التنمية. فلا بدّ من تكامل بين المؤسسات الاتصالية والمؤسسات التنموية، ومؤسسات الخدمة الاجتماعية[2].

ولكي يستطيع الإعلام التنموي القيام بدوره بالشكل المناسب، عليه التركيز على أهم القضايا التي تمثل عائقاً للتنمية، ولقد حددها الأستاذ عبد المجيد شكري في بحثه المذكور ومنها[3]:

المشكلة السكانية، الأمية، البطالة، الإدمان، التلوث البيئي، نقص الوعي الصحي، التطرف الديني، الإرهاب، وارتباط ذلك بالحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

(1) ولبور شرام، "أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية"، دور الإعلام في البلدان النامية، القاهرة، 1970

(2) د. محمد حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، مرجع سبق ذكره.

(3) د. عبد المجيد شكري، الاتصال الإعلامي والتنمية، مرجع سبق ذكره.

وعدّ شكري افتقار الإعلاميين إلى فلسفة تنموية وفكر تنموي محدد، وضياعهم بين الفلسفات والثقافات الأخرى غير النابعة من داخلنا، ثم انفصال هؤلاء الإعلاميين عن مجتمعهم ومحاولة بروزهم كنخبة تخضع لمغازلة السلطة، وتسعى في الخلاص الفردي من معوقات الإعلام التنموي. بالإضافة إلى ذلك تعدّ الدعاية بحد ذاتها من معوقات التنمية من خلال محاولة التأثير في شخصيات الأفراد والسيطرة على سلوكهم بإثارة غرائزهم وتحريك شهواتهم والتهويل في الأخبار. بينما تتطلب التنمية إعلاماً رصيناً في إقناع الجماهير بضرورة التغيير وأهميته. وتوجيههم نحو الأساليب المثلى لتحقيقها، وإكسابهم المهارات التي يحتاجونها ليتحولوا من السلبية إلى الإيجابية.

3) إشكالية الإعلام التنموي العربي:

لقد حدد "د. أديب خضور" أهم سلبيات الإعلام التنموي العربي بشكل واضح، مجملاً إياه بالصورة الآتية:

- إنه أقرب إلى مفهوم الإعلام الاقتصادي منه إلى المفهوم العام والشامل للتنمية.
- ما زال يتطور كماً ونوعاً بإيقاع بطيء يجعله عاجزاً عن مواكبة الحية التنموية في الوطن العربي.
- يبحث في قضايا جزئية وآنية، ويهمل الأمور المركزية، والقضايا الأساسية والجوهرية في مجال التنمية.
- يفتقد إلى زمام المبادرة ولا بنشط وفق قوانينه الداخلية، فثمة من يحدد خطواته بعيداً عن متطلبات التنمية.
- ضعيف الصلة بالواقع لاعتبارات سياسية واقتصادية، ويقدم لنا الأحداث معزولة عن سياقها الاجتماعي والسياسي والثقافي والاقتصادي كما يقدم نصوصاً سلطوية بعيدة عن جوهر التفاعل والحوار.

ويخلص د. خضور إلى القول:" إننا نفتقد إلى إعلام تنموي عربي حقيقي، ومنظومة إعلامية عاملة في هذا المجال تمثل قوى اجتماعية واقتصادية وسياسية حقيقية وفاعلة ولها حضور قوي في المجتمع وتمتلك سياسات تنموية واضحة ومحددة. بالإضافة إلى قصور النظرة الرسمية تجاه الإعلام التنموي وتحويله إلى مجرد أداة تعكس الرسمي والآني والجزئي (غالباً حكومي).

وتؤكد د.عواطف عبد الرحمن بعين الشك إلى الوضعية الحالية للإعلام التنموي العربي، تشخيص جوهر التبعية الإعلامية والثقافية بإرجاعها إلى عوامل تاريخية تتعلق بالسيطرة الاستعمارية الغربية، مضافاً إليها المحاولات الذاتية التي تقوم بها الولايات المتحدة في المرحلة المعاصرة من أجل السيطرة على ثقافة العالم الثالث، وإخضاعها لصالح السوق الرأسمالية العالمية مستعينة في تحقيق ذلك بقدراتها الإعلامية الضخمة[1].

4) متطلبات الإعلام التنموي:

لكي يستطيع الإعلام العربي التنموي القيام بمهامه الجسيمة ولرفع مستوى أدائه لا بد من توافر الضروريات الخاصة بذلك. وهي متطلبات متنوعة منها ما هو متعلق بالواقع الإعلامي ومنها الآخر المرتبط بإطار السلطة التنفيذية. ويجمل د.محمد هذه المتطلبات ضمن متطلبات السياسيات الإعلامية، والتنفيذية، وخلق تنمية إعلامية.

ففي مجال السياسات الإعلامية ينبغي الانطلاق من فلسفة تحدد أهداف العملية الإعلامية من خلال نظام ديمقراطي يكفل للجميع المشاركة في اتخاذ القرار، وتصفية الأنماط المختلفة في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، والتوزيع العادل للثروة القومية وتوسيع إطار استخدم التكنولوجيا. وترتكز هذه

(1) د. عواطف عبد الرحمن،" قضايا إعلامية معاصرة في الوطن العربي"، القاهرة، 1997.

السياسات على هدف محدد وهو التنمية الشاملة التي تتيح النمو المتوازن والسريع، وتحقيق الاستقلال السياسي والاقتصادي والاجتماعي، والاعتماد على الذات.

وفي إطار السياسات التنفيذي: يجب التركيز على تحديد الأولويات وإبراز المضمون، وتدعيم القيم الإيجابية، وعدم التقليد الأعمى، والاهتمام بالاحتياجات التنموية والفعلية وإبراز طابعها المحلي الوطني والقومي.

إنشاء صناعة إعلامية تنموية عربية: ولا يمكن تفعيل الإعلام التنموي العربي بمعزل عن التوجه نحو إنشاء صناعة إعلامية تنموية عربية والنظر للإعلام كقطاع منتج أكثر منه استهلاكي. ولا يخرج عن هذه القواعد الباحث شرام (Shramm) في كتابه (أجهزة الإعلام والتنمية الشاملة) بدعوته إلى إنشاء صناعة للاتصال من خلال الاستثمار الجيد، وإقامة علاقات تعاون بين أجهزة الدولة المسؤولة عن خطط التنمية والأجهزة الإعلامية، واستعراض القيود المفروضة على المواد الإعلامية، وتفحص تدفق إعلام التنمية ضمن حدود الدولة، وتهيئة العاملين للتدريب، ومحاولة التعرف على تجاوب الجمهور مع وسائل الاتصال ومراعاة العلاقة بين وسائل الاتصال والنواحي الأخرى للتنمية.

وتطالب د.عواطف عبد الرحمن تنمية القطاع الإعلامي[1] بمختلف أبعاده الرأسية والأفقية والكمية والنوعية، وتطوير مهام الإعلاميين، والارتفاع بمستوى المضامين الإعلامية المسموعة، والمقروءة والمرئية وإتاحة الفرص لوسائل الإعلام لكي تصبح أدوات فعالة للتواصل الاجتماعي والإنساني والتركيز على مختلف الأبعاد في أثناء تناولنا للسياسات التنموية من بعد اجتماعي وإعلامي وثقافي، وتكنولوجي، واقتصادي، وتشريعي، ومهني.

كما يرى "د.تركي صقر" إن الحاجة إلى خلق إعلام عربي مشترك لصد التيارات الغربية والصهيونية ومواجهة الدعاية الأجنبية الهادفة إلى الحط من تاريخ

(1) د. عواطف عبد الرحمن،" إشكالية الإعلام التنموي في الوطن العربي"، القاهرة.

العرب ومن حضاراتهم وإمكانياتهم وطموحاتهم أصبحت ماسة، فالعمل العربي المشترك في مجال الإعلام يعد مسألة ضرورية واقتصادية واجتماعية من أجل خلق التنمية العربية المستدامة على جميع المستويات، وبالخصوص على المستوى الاجتماعي والاقتصادي، وبالتالي من اجل تحقيق الوحدة العربية والنهوض بمستوى الفرد العربي على كافة الصعد تمهيداً لزجه في الخضم الحضاري العالمي من اجل بناء الإنسان الحضاري العربي.. ومن هنا يبدو أن مراجعة المسألة الإعلامية في الوطن العربي تقتضي ضرورة الربط بين سياسات الاتصال والإعلام والسياسات الأخرى المطبقة في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والتثقيفية، على أساس أن هناك تداخلاً وتفاعلاً بين جميع هذه العوامل، وأن هناك انعكاساً جديداً متبادلاً بين البنيتين التحتية والفوقية. كما تتطلب تنمية القطاع الإعلامي بمختلف أبعاده الراسية والأفقية والكمية والنوعية وتطوير مهام الإعلاميين والارتفاع بمستوى المضامين الإعلامية المسموعة والمقروءة والمرئية وإتاحة الفرصة لوسائل الإعلام لكي تصبح أدوات فعالة للتواصل الاجتماعي والإنساني، وأخيراً ربط السياسات الإعلامية والاتصالية العربية بالإستراتيجية الشاملة للتنمية العربية قطرياً وقومياً وبيئياً.

أسئلة الفصل الحادي عشر
Question Of Chapter(11)

- السؤال الأول: ما هو دور وسائل الاتصال في التنمية وضح المراحل بذلك)..
- السؤال الثاني: ما هي العوائق التي تقف في الإعلام التنموي؟.
- السؤال الثالث: اذكر أهم سلبيات الإعلام التنموي العربي.
- السؤال الرابع: لكي يستطيع الإعلام العربي التنموي القيام بمهامه الجسيمة ولرفع مستوى أدائه لا بد من توافر الضروريات (متطلبات) الخاصة بذلك. (وضح ذلك).
- السؤال الخامس: بصفتك إعلامي هل تؤيد إنشاء صناعة إعلامية تنموية عربية. (علل رأيك ببعض الأمثلة).

الفصل الثاني عشر

التخطيط الإعلامي والتنمية

الفصل الثاني عشر
التخطيط الإعلامي والتنمية

1) التخطيط:

اختلف المفكرون والباحثون حول تعريف التخطيط، في علوم الاقتصاد والسياسة والإدارة والاجتماع، وفق موضوع المعالجة وإيديولوجية المفكر وطبيعة العصر، وقد يكون أول من أدخل لفظ التخطيط في تعريفه للنشاط المبذول في المجتمع، هو الاقتصادي النمساوي:"كريستان سونيدو"C.SHUINDER في مقال له طبع في عام 1910، وأخذ الاصطلاح شكلاً تطبيقياً فنياً ظهرت آثاره من خلال إنجازات الإدارة العسكرية في ألمانيا أثناء الحرب العالمية الأولى، ولكن لم تذع شهرة هذا المصطلح — التخطيط — في مختلف بقاع العالم إلاّ بعد أن استخدم في الاتحاد السوفيتي (سابقاً) عام 1928[1].

وقد قدمت تعريفات متعددة على الصعيدين الدولي والعربي لمصطلح التخطيط، منها على سبيل المثال تعريف "بولدنج" الذي يرى أن التخطيط يتمثل في إخضاع القوانين الاقتصادية والسير التلقائي الحر للاقتصاد وفق رغبة ومشيئة الأفراد وأهدافهم المستقبلية، ويذهب "ديكنسون" إلى أن التخطيط هو وضع القرارات الكلية المتعلقة بماذا ؟ وكم ينتج؟ ومتى؟ وأين ينتج؟ ولمن يوزع؟ وذلك على أساس تقدير واعٍ من سلطة حازمة، وعلى أساس مسح شامل للنظام الاقتصادي بأسره.

فالتخطيط كما يراه"بولدنج" و"يكنسون" يركز على رغبة الأفراد وأهدافهم، حيث يسود نظام المؤسسات الحرة والمبادأة الفردية واقتصاديات السوق، كما يقتصر على وضع القرارات الخاصة بكل ما يتعلق بالإنتاج كماً ونوعاً.

(1) محمود فهمي الكردي، التخطيط للتنمية الاجتماعية (القاهرة، دار المعارف، 1977) ص21.

ويذهب "لودفنج فون مايس" إلى أن التخطيط يعني الرقابة الحكومية الكاملة للنشاط الاقتصادي، وهو يقدم بذلك مفهوماً وضاءاً لمفهوم التخطيط وفق نظام المؤسسات الحرة والمبادأة الفردية واقتصاديات السوق.

كما يؤكد "شارل بتلهيم" على أن التخطيط عملية يمكن أن تنظم جميع مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وتستلزم ترابطاً وتنسيقاً بين قطاعات الاقتصاد القومي، مما يستدعي دراسة على نطاق عام وشامل للتأكد من ان المجتمع سوف ينمو بصورة منتظمة ومتسقة، وبأقصى سرعة ممكنة، وذلك مع التبصر بالموارد الموجودة، وبالأحوال السائدة، والظروف الاجتماعية والاقتصادية السائدة، بحيث يمكن السيطرة عليها، وذلك ضماناً للنتائج المستهدفة من الخطة، وبذلك يتفق "لودفنج: و"شارل بتلهيم" على فكرة الرقابة الحكومية الكاملة، والسيطرة كمعنى للتخطيط وكهدف عام من أهدافه.

ويقول "شادوك" إن التخطيط نظام عام تصوري، فإن خلق هذا النظام التصوري يمكن أن نحاول فهم ظروف العملية والتغيرات، ثم نتوقعها، وأخيراً نقيمها، وهو في ذلك يتفق مع "بولدنج" الذي يرى أن التخطيط نوع من السلوك الذي يخضع لتقدير واعٍ للتوقعات المستقبلة، فالتعريفان يركزان على أهمية فهم الظروف والتغيرات، مع التقدير الواعي للتوقعات المستقبلة.

ويذهب " لينمان" إلى أن التخطيط هو ذلك الفعل المتعمد والمنسق الذي يقوم به المخططون، هادفين من ورائه إلى تحقيق أهداف عامة، أو أغراض محددة، من أجل مصلحة ومنفعة أفراد الدولة، سواء قام بذلك أفراد الهيئة البرلمانية في الأمة، أو سعت إليه الحكومة مباشرة، وبذلك "لينمان" يرى أن دور التخطيط ينبثق من وجود مصلحة جماعية لأفراد الدولة، ويتحدد بناءً على القيام بفعل متعمد ومقصود.

من التعريفات السابقة، يتضح أن التخطيط لا يعدو أن يكون وسيلة منهجية – ضمن وسائل أخرى كثيرة– تسعى إلى تحقيق الهدف الأكبر، وهو رفاهية المجتمع، فالتخطيط ليس هو ذاته الذي يُحدث التنمية، وإنما هو يعمل على تنظيم الظروف التي تحدد وتنسق عواملها، فتدعمها وتؤدي إلى التعجيل بها، فالواقع أن التخطيط – كما يرى "محمود فهمي كردي"– يعتبر وسيلة عملية لتجميع القوى، وتنسيق الجهود، وتنظيم النشاط، داخل إطار وحدات تتكامل فيه الأهداف، بحيث يمكن الانتفاع بذكاء الأفراد ومعلوماتهم ومقدرتهم العملية والعلمية، واستغلال إمكانيات البيئية، ولإفادة من خبرات الماضي، وتجارب الحاضر، للوصول إلى أهداف تقابل احتياجات المجتمع[1].

أهداف التخطيط:

يعمل التخطيط على تبني مفهوم تنمية يهدف إلى:

- التحسين المستمر في نوعية الحياة.
- والقضاء على الفقر.
- وتامين المشاركة العادلة للجميع في مكاسب التنمية.

يعمل التخطيط على:

- التعرف على بدائل في الاستهلاك والإنتاج والثقافة وأنماط استغلال الأرض، وتصميم المصانع وتخطيطها.
- وفي تطوير البنى الأساسية وتنمية المستوطنات مع أسس بيئة سليمة.

(1) المرجع السابق نفسه، ص21– 26.

يعمل التخطيط على:

- إيجاد أساليب حياة، وأنماط تنمية بديلة تلعب الاعتبارات البيئية فيها دوراً بارزاً.
- وتكون أقل تبديداً، وإتلافاً لقاعدة الموارد الطبيعية تمهيداً للوصول إلى التنمية القابلة للإدامة.
- بتحقيق تحسن دائم في توعية الحياة للجميع.
- إشباع احتياجات الإنسان الأساسية.
- تحسين إنتاجية الفقراء.
- تبني أنماط تنمية سليمة بيئياً.
- تبني الانضباط في أساليب الحياة وأنماط الاستهلاك للتقليل من الفاقد في استعمال المواد.
- تعزيز الاعتماد على النفس.
- التزام سياسي عميق من جانب الحكومات بمراعاة احتياجات المقبلة.
- أن يعمل التخطيط من خلال الإدارة البيئية على تحسين استغلال الموارد في مشروعاته الإنمائية بطريقة يمكن معها أن تنتقل لاكتراث مصون فحسب، بل ومثيري كذلك للأجيال المقبلة.
- التخطيط لإعادة النظر في أنماط الاستهلاك الغربي التي سادت في البلاد العربية.

التخطيط الإنمائي: "هو مجموعة من العمليات الضرورية لإعداد مجموعة من القرارات التنفيذية اللازمة لتحقيق أهداف معينة في المستقبل بطريقة مثلى"[(1)].

وواضح أن هذا التعريف يميز بين التخطيط وبين الخطة.

(1) د. سعيد محمد الحفار، أضواء على مفاهيم السياسية، الاستراتيجية، للتخطيط، دمشق 2003، ص 64.

فالتخطيط: هو عملية Operation مستمرة مترابطة.

والخطة: هي مجموعة القرارات التي أمكن الوصول إليها، التي تتضمن كلاً من الأهداف والوسائل المختارة لتحقيق هذه الأهداف.

أي أن: الخطة= الأهداف + الوسائل

فعند القول (التخطيط مجموعة العمليات): يقصد بذلك أن التخطيط ليس مجرد اتخاذ قرارات معينة تصدر وينتهي بصدورها التخطيط.

بل هو عمليات مستمرة ومترابطة.

ويقول الدكتور نور الدين هرمز أن التخطيط الاقتصادي يستمد شرعيته من شرعية أهداف التنمية الشاملة كحق ومطلب لجميع الشعوب والبلدان في تحقيق مستوى أفضل من الرفاه وتحسين المستوى المعاشي، أو بكلام آخر السعي إلى مستقبل يتحقق فيه الأمان والرفاه.

التخطيط الاقتصادي هو الأسلوب العلمي الهادف إلى تحقيق أهداف التنمية المعلنة بأقل تكلفة وبأقصر وقت وبأفضل شكل ممكن. وبالتالي إلى حد ما يمكن اعتبار التخطيط الاقتصادي تابع لمنهجيات فكر التنمية وتوجهاته.

في الاقتصاد العالمي المعاصر قد برزت مجموعة من المتغيرات الهامة التي لا يمكن تجاوزها ولا يمكن أن نعزل مجتمعنا عن انعكاساتها ولا سبيل أمام الاقتصاد الوطني سوى الاندماج في ديناميكية السوق العالمية: توسيع رقعة ومساحة تواجدنا في هذه السوق، إغراء حجم أكبر من رؤوس الأموال العالمية للاستثمار المحلي والاستفادة من التقدم التكنولوجي الهائل في زيادة القيمة المضافة[1].

(1) د. عثمان محمد عثمان، مصدر سابق.

والعولمة الاقتصادية تنطوي على أربعة تغيرات جوهرية:

أ) أصبحت القدرة التنافسية Competitiveness هي المعيار في تطوير الصناعات واختيار التكنولوجيا وزيادة الصادرات بغير حدود. وتستند التنافسية في النهاية إلى قاعدة عريضة وعميقة من رأس المال البشري، وكفاءة عالية في إدارة الإنتاج والتسويق.

ب) تزايد دور المؤسسات المالية الدولية ليس فقط في مجال وضع السياسات التي تتصل بالاقتصاد العالمي، ولكن أيضاً في التأثير على الاقتصادات الإقليمية والمحلية.

ج) زيادة حجم وأهمية انتقال رؤوس الأموال والتدفقات المالية.

د) ظهور أهمية التكتلات الاقتصادية الإقليمية لتعظيم الاستفادة من عملية تحرير التجارة ودرء بعض الآثار السلبية للمنافسة العالمية.

ومن ناحية أخرى تغيرت النظرة وتبدل واقع العلاقة بين التطور الاقتصادي والتنمية وبين الأوضاع السياسية والديمقراطية. لقد تراجعت مفاهيم تقديم مصلحة الجماعة على مصلحة الفرد، وتغليب رؤية النخبة على مواقف الجماهير العريضة، ونيابة الدولة عن المجتمع...إلخ وثمة نزوع واضح في كافة أرجاء العالم نحو الديمقراطية والمشاركة، والدفاع عن حقوق الإنسان، وفي مقدمتها (الحق في التنمية). وسواء تزايدت الدعوة إلى الديمقراطية تحت تأثير الانفتاح الإعلامي والمعلوماتي على العالم أو حتى تحت تأثير الضغوط الدولية (المفرضة أحياناً) فإنه لم يعد ممكناً أو مقبولاً الادعاء بأنه يمكن تحقيق التنمية في غيبة الديمقراطية والمشاركة الحقيقية.

إن رياح التغيرات العالمية والمحلية – على النحو الذي بيناه – ستترك تأثيراتها على كل من أهداف التخطيط، أسلوبه وآلياته، وأدوار الشركاء في صناعة المستقبل أي التنمية الشاملة.

2) التخطيط الإعلامي:

فكرة التخطيط الإعلامي ليست جديدة تماماً، فكل دولة تضع خططاً منفصلة لكل قطاع من القطاعات فيها، ولكل وسيلة من وسائل الإعلام، وقد طرأ على التخطيط الإعلامي في السنوات الأخيرة تطور هام ظهر في التأكيد على أهمية النظر إلى مختلف عناصر النظام القومي ككل متكامل، يهدف إلى تحقيق أهداف اجتماعية واقتصادية وسياسية، مع أخذ التطورات التكنولوجية الحديثة(مثل الأقمار الصناعية والوسائل الصغيرة: الفيديو) في الاعتبار، لتحقيق أهداف المجتمع في مجال التنمية والتطوير[1].

لقد تطورت وسائل الإعلام وأجهزة الاتصال الحديثة تطوراً سريعاً بفضل التقدم التقني المعاصر، فاتسعت رقعة انتشارها، وتزايد تأثيرها في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع، وبرزت خطورة الدور الذي تلعبه الحياة الاجتماعية إذ لم تعد وسائل الإعلام والاتصال أدوات لنقل المعلومات، بل أصبحت من أهم العوامل المؤثرة في اتجاهات الأفراد والجماعات، وتكوين مواقعهم الفكرية والاجتماعية، بالإضافة إلى قدرتها غير المحدودة في تطوير العمليات التعليمية، والمساهمة في نشر الوعي العلمي، وتزويد جميع أوجه النشاط الحيوي والفكري للمجتمع بطاقات عظيمة من التوجيه والإقناع، ومن ثمَ فقد أصبح من الضروري– وخاصة في المجتمعات النامية– أن يوضح هذا النشاط الإعلامي في إطار خطة طويلة المدى، تُرسم في ضوء الاحتياجات الإعلامية الأساسية للمجتمع، وتحدد أهدافها بما يتلاءم مع خططه الثقافية والتعليمية والاجتماعية، وتساعد على تحقيق أهدافها[2].

وهناك ارتباط يكاد يكون مباشراً بين دور وسائل الإعلام، والتخطيط في مجال التنمية، وهي مهمة تنفرد بها الدول النامية بنوع خاص، فالإعلام يمكن أن

---

(1) جيهان رشتي، مفهوم التخطيط الإعلامي وأهميته (القاهرة، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1980)، ص11.

(2) أسامة أمين الخولي (تقديم) قضية التخطيط الإعلامي في الوطن العربي(القاهرة، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1980) ص5.

تلعب دوراً مهماً في إقناع المواطنين بفوائد التنمية، والتضحيات التي تتطلبها، وتشجيعهم على الادخار والاستثمار، وهو ما قد يبدو أحياناً متناقضاً ما تقدمه وسائل الاتصال الجماهيرية من نماذج الترف الاستهلاكي، وأنماط الحياة التي قد تغري بالتقليد من خلال الإعلانات والدعاية المتكررة التي تحقق أنماطاً موحدة من الذوق والسلوك، فوسائل الإعلام يمكنها أن تحدث آثاراً هامة على الاقتصاد القومي، كما أن الإعلام بوصفه قطاعاً اقتصادياً أصبح يشكل عنصراً بارزاً في الاقتصاد القومي[1].

وينبغي أن تفرق بين التخطيط الإعلامي (أي لوسائل الإعلام) والتخطيط لوسائل الاتصال، فالاتصال Communication له أربعة أشكال (كما حددها: "رويش" و"باتيسون") وهي:

- الاتصال الذاتي،
- والاتصال الشخصي.
- والاتصال الجمعي.
- والاتصال الثقافي.

والاتصال الذي يتم باستخدام وسائل الإعلام يدخل في إطار الشكل الثالث، وهو: الاتصال الجمعي، وكما أن التلفزيون والراديو والصحف هي من وسائل الاتصال التي حددته" كانتريل وألبورت" بخمس عشرة وسيلة، وهذه الوسائل تتضمن من مختلف وسائل الاتصال مرتبة وفقاً لدرجة الإدراك التي تتحقق بين المرسل والمستقبل، فالاتصال باستخدام وسائل الإعلام هو شكل من أشكال الاتصال، ووسائل الإعلام هي من وسائل الاتصال، والتخطيط لوسائل الاتصال ولسياساته يتضمن التخطيط لوسائل الإعلام وسياساتها، أما التخطيط الإعلامي فهو لا

(1) جمال الدين العطيفي، الحق في الإعلام وعلاقته بالتخطيط الإعلامي على المدى البعيد مع اهتمام خاص بالدول النامية (القاهرة، اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلام باليونسكو، 1979) ص4- 6.

يتضمن التخطيط لوسائل الاتصال الأخرى غير الجماهيرية، وعن كان يهتم بالتنسيق والتكامل معها[1].

التعريف الذي قدمه "د. محمد سيد محمد" للتخطيط الإعلامي، وهو أنه "حصر القوى الإعلامية في دولة نامية، من طاقات بشرية وأجهزة إعلامية ومعدات ومؤسسات، بدءاً من النشرات الحزبية إلى المؤسسات الصحفية إلى الإذاعة والتلفزيون إلى مصلحة الاستعلامات إلى قصور الثقافة ونوادي الاستماع والمشاهدة إلى دور العرض السينمائي والاستوديوهات والمسارح وفرق الفنون الشعبية، حتى خيال الظل وشاعر الربابة، وتعبئة وتوجيه هذه القوى لتحقيق أهداف المجتمع، ومن بينها أهداف خطة التنمية، وكذا الأهداف التفصيلية لخطة الإعلام ذاتها"[2].

3) التخطيط الإعلامي والتنمية:

السؤال: ما المقصود بدور التخطيط الإعلامي في التنمية وتحقيق الأهداف الوطنية والقومية؟

فالعلاقة بين طرفي المعادلة علاقة عضوية كما يوضحها الدكتور محمد حجاب. وذلك لأن أهم الأسس التي يرتكز عليها منهج تنمية المجتمع هي توجيه الأفراد لمساعدة أنفسهم، والإسهام بفاعلية في الجهود المبذولة لتحسين مستوى معيشتهم، وتشجيعهم للقيام بدور فعال في تنمية مجتمعهم وتوعيتهم ليكونوا على إدراك ووعي بمشكلات بيئتهم.

إذاً فالمهمة الأساسية للتخطيط الإعلامي في مجال التنمية هي تزويد المجتمع بأكثر قدر ممكن من الحقائق والمعلومات الدقيقة التي يمكن للمعنيين بالتنمية التحقق من صحتها. وبقدر ما يقدم الإعلام من حقائق ومعلومات بقدر ما

(1) زيدان عبد الباقي، وسائل وأساليب الإتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والإدارية والإعلامية، ط2 (القاهرة، النهضة المصرية،1979)ص16- 17، 69- 70.

(2) د. سيد محمد، محمد، الإعلام والتنمية، ط3 (القاهرة، دار الفكر العربي،1985)ص249.

تحقق التنمية أهدافها، وهذا ما يسمى باسم (الهندسة الاجتماعية للإعلام الجماهيري).

ويكمن الدور والمنطلق الأساسي للتخطيط الإعلامي في إدراك الاتجاهات المتعارضة لأفراد المجتمع وجماعاته الصغيرة. وعندما ينجح الإعلام في توحيد الاتجاه بين الأفراد والجماعات فإن المحصلة ستكون توحيد أفراد وجماعات المجتمع نحو هدف واحد عام للمجتمع أو عدة أهداف جزئية.

لا شك أن التخطيط الإعلامي هو مفهوم شامل لا يقتصر على التنمية فقط. ولكن لا بد من تبيان أهميته من حيث:

- تحديد احتياجات المجتمع بطريقة علمية وترتيب أولوياتها.
- وضع استراتيجية لتلبية متطلباته واحتياجاته.
- تحديد المشكلات التي تواجه المجتمع واختيار أنسب الطرائق لمعالجتها.
- تحقيق التوازن في التنمية.
- ربط مجهودات التنمية في مختلف أنحاء المجتمع..
- تحديد مستويات الجهات المختلفة المسؤولة عن التنفيذ.

ويؤكد الدكتور حجاب ضرورة تحلي التخطيط الإعلامي بالشمولية، والتكامل، وضمان الأداء الجيد، موضحاً مختلف أنواعه. وذلك وفق الأساس الزمني: من قصير الأجل، متوسط الأجل، بعيد المدى. وحسب نطاق الخطة: من فرعية، ورئيسية. ومن حيث استمراريتها: من خطط مستمرة بالتتابع أو خطط لاستعمال واحد[1]. ولا يخرج الأستاذ عبد شكري[2] من هذا التوجيه بقوله: لا تنمية بلا تخطيط إعلامي. فهو القاسم المشترك في جميع أشكال التنمية. فالإنسان يحدد هدفاً، ويدرس جميع الإمكانات المتاحة والقوى المتوافرة لدية، ويرسم خطة يقوم

(1) د. محمد حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، القاهرة، 1998

(2) د. عبد المجيد شكري، الاتصال الإعلامي والتنمية، آفاق المستقبل وتحديات قرن جديد، القاهرة، 1985.

بتنفيذها على طريق بلوغ ذلك، فالتخطيط الإعلامي هو بحد ذاته حشد لجميع الطاقات الإعلامية البشرية والمادية، وتوسيع لجهود المؤسسات الإعلامية الجماهيرية والشخصية من خلال وحتى وحدة العمل الإعلامي. بجميع صوره وأشكاله، واستغلالها كلها القنوات الاتصالية وعناصرها، وجعلها في خدمة الإستراتيجية العليا وهي التنمية.

إذاً هناك وحدة الصلة بين التنمية بمظاهرها المتعددة ووسائل الاتصال. فالتنمية الاقتصادية تؤدي إلى زيادة وتيرة التدفق الإعلامي من خلال مضاعفة القدرة الشرائية للناس، كما أن زيادة المعلومات يرفع من مستوى التنمية الاقتصادية. فالإعلام يمد الناس بجزء من التفاعلات الاجتماعية الضرورية في دورة التنمية. والخلاصة أن زيادة التدفق الإعلامي يسهم في النمو الاقتصادي وهذا بدوره يتطلب المزيد من المعلومات.

مما تقدم، نشير هنا إلى مجموعة من المقتضيات الأساسية اللازمة لنجاح الخطة الإعلامية من أجل التنمية وهي[1]:

- أهمية إجراء الدراسات والبحوث الإعلامية التي تستهدف الكشف عن طبيعة وجوهر المشكلات الاجتماعية التي يجب أن تتصدى لها أجهزة الإعلام، وترتيب هذه المشكلات من حيث أهميتها ووجوب القضاء عليها تمشياً مع مقتضيات التنمية ومتطلباتها، ومن الأهمية بمكان إحداث درجة كبيرة من التوازن في الكشف عن المشكلات بأنواعها ومستوياتها المختلفة دون التركيز على مشكلات عامة أو ذات طبيعة خاصة وإهمال بقية المشكلات البيئية أو المحلية.
- تحديد الهداف الإعلامية تحديداً واضحاً دقيقاً وتقسيم هذه الأهداف زمنياً (طويل الأجل- متوسط الجل- قصير الأجل) ومن حيث المستوى (أهداف عامة- أهداف جزئية- أهداف محلية) وغير ذلك من التقسيمات التي تفيد في إمكانية إنجاز تحقيق الأهداف وإمكان تقويمها وتعديلها.

(1) د. سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام،ط1(القاهرة، عالم الكتب،1984)،ص240- 242.

- الحاجة إلى استخدام أسلوب الحملات الإعلامية الوطنية، دون الارتكان إلى برامج إعلامية مفككة دون رابط بينها، ذلك أن الحملة الإعلامية المركزية تتضمن المزيج المتكامل للسياسات الإعلامية التي يجب إتباعها في مواجهة مشكلة عادة ما تكون على المستوى الوطني وذلك بدءاً بجمع البيانات والمعلومات، وتحديد الأهداف، ورسم السياسات، واختيار الوسائل الاتصالية وترتيب أولويات استخدامها، وتعديل هذه الأولويات كلما تقدمت الخطة، وإعداد مضمون المادة الإعلامية في كل وسيلة تبعاً لكل مرحلة، واقتراح الأشكال والأساليب التي تقدم هذه المادة من خلالها، وجدولة الحملة، وتقويمها تقويماً مرحلياً وشاملاً.

ولا شك أن طبيعة المشكلات التي تعاني منها الدول النامية تقتضي إتباع أسلوب الحملات نظراً لأنها ذات طبيعة وطنية مركزية شاملة(مثل: مشكلات محو الأمية، والتعليم، والصحة، والنظافة)، وهي نوع المشكلات التي أثبتت تجارب عدد كبير من الدول النامية نجاح استخدام أسلوب الحملات في مواجهتها.

- أهمية الإرتباط بين السياسات الإعلامية والسياسات الأخرى للتنمية في المجالات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، وذلك بهدف تحقيق التكامل بينها جميعاً في تحقيق الأهداف الوطنية، فضلاً عن المسؤولية الجزئية لكل جهة في مواجهة المشكلات الوطنية، هذا إلى جانب أهمية تلاؤم السياسات الإعلامية ذاتها مما يؤدي إلى توافق البرامج الإعلامية وتكاملها وانسجامها وعدم وجود تنافر بينها سواءً على مستوى الأهداف أو الممارسة التطبيقية.
- أهمية إعداد وتوفير الكفاءات البشرية المتخصصة في مجالات الإعلام المختلفة والتي يمكن أن تتولى هذه المسؤولية الوطنية الضخمة، ولعل هذه النقطة تمثل أهم عقبة تواجه الدول من حيث النقص الكبير في الأخصائيين الوطنيين في مجالات الإعلام المختلفة، وهو ما يتقضى أن تسارع الدول النامية إلى سد النقص وتلافي العجز في هذه الكفاءات البشرية في أسرع وقت ممكن حتى يمكنها إنجاز الخطط الإعلامية انجازاً ناجحاً.

- ضرورة توفير المعدات والأجهزة والإمكانيات الفنية وتدبير الموارد اللازمة لتنفيذ الخطط الإعلامية على كافة المستويات الوطنية والمحلية دون أن يواجهها عجز أو قصور في هذه المتطلبات والمعدات التي تعتبر حجر الزاوية في تنفيذ البرامج الإعلامية ونشرها بين فئات الجماهير المختلفة.

أسئلة الفصل الثاني عشر
Question Of Chapter (12)

- السؤال الأول: عرّف التخطيط على الصعيد العربي والدولي.
- السؤال الثاني: ما هي أهداف التخطيط.
- السؤال الثالث: قارن بين التخطيط الإنمائي والخطة.
- السؤال الرابع: في الاقتصاد العالمي المعاصر قد برزت مجموعة من المتغيرات الهامة التي لا يمكن تجاوزها ولا يمكن أن نعزل مجتمعنا عن انعكاساتها ولا سبيل أمام الاقتصاد الوطني سوى الاندماج في ديناميكية السوق العالمية. (ما هي هذه المتغيرات الدولية في ظل العولمة الاقتصادية).
- السؤال الخامس: عرّف التخطيط الإعلامي.
- السؤال السادس: ما المقصود بدور التخطيط الإعلامي في التنمية وتحقيق الأهداف الوطنية والقومية؟
- السؤال السابع: ما أهمية التخطيط الإعلامي؟
- السؤال الثامن: هناك مجموعة من المقتضيات الأساسية اللازمة لنجاح الخطة الإعلامية من أجل التنمية.(وضح ذلك).

الفصل الثالث عشر

دور الإعلام في التوعية السكانية والبيئية

الفصل الثالث عشر

دور الإعلام في التوعية السكانية والبيئية

1) السكان والتنمية الاقتصادية:

لا شك أن الزيادة التي تطرأ على السكان تؤثر سالباً أو إيجاباً – على التنمية الاقتصادية. بمعنى أن الزيادة في السكان قد تؤدي إلى إعاقة التنمية الاقتصادية وقد تؤدي في ظروف وعينة إلى الإسراع فيها.

كما أن التنمية الاقتصادية لها آثارها على زيادة السكان بمعنى أنها قد تؤدي إلى زيادة أو انخفاض معدل النمو السكاني. وهكذا يبدو تشابك العلاقة بين السكان والتنمية الاقتصادية. فالتنمية تؤثر في معدل النمو السكاني، ومعدل النمو السكاني يؤثر بدوره في معدل التنمية[1].

وتعني التنمية الاقتصادية بالدرجة الأولى زيادة معدلات النمو الاقتصادي أي زيادة معدلات الإنتاج والاستهلاك، هذه الزيادة مرتبطة بعدد السكان من جهة وبمتوسط دخل الفرد من جهة أخرى.

هذا المفهوم القاصر لعملية التنمية الذي لا يأخذ بالحسبان عامل البيئة والنظم البيئية، والموارد البيئية، حتماً سيؤدي إلى حدوث اختلال في التوازن البيئي. إذاً المسألة بكل بساطة هي ليست مسألة زيادة أو نقصان في معدلات تزايد السكان وبالتالي في معدلات النمو الاقتصادي، وإنما هي بحجم الضغط المتشكل على استغلال الموارد الطبيعية والبيئية ومدى إمكانية تلك الموارد على إعادة إنتاج ذاتها.

(1) للمزيد انظر إلى:
- د. محمود قاسم زنبوعة، التنمية الاقتصادية، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين –اللاذقية،1995– 1996،ص94.
- د. لورالدين هرمز، التربية السكانية والبيئة، مجلة جامعة تشرين، اللاذقية، العدد/2/لعام 2000.
- د. لوري الدين هرمز، التخطيط الاقتصادي، جامعة تشرين، اللاذقية، 2001– 2002،ص

وبالتالي يمكن تخفيض ضغط استغلال الموارد الطبيعية والبيئية بأحد الوجه الآتية:

- التكامل والتعاون الدولي من أجل استخدام وتطوير التكنولوجيا النظيفة بيئياً أو التي تساعد على تنمية الموارد البيئية.
- تخفيض عدد السكان.
- تخفيض متوسط الدخل الفردي. هذا الاحتمال مرفوض لأنه يتناقض مع جميع توجهات السياسات الاقتصادية والاجتماعية في كل دول العالم دون استثناء.

وبالتالي الحل الوحيد لتخفيف ضغط الاستغلال على الموارد البيئية هو في تخفيض معدلات تزايد السكان من جهة والعمل على تطوير التكنولوجيا الآمنة بيئياً من جهة أخرى هذا من الناحية الحسابية الاقتصادية.

الموارد الطبيعية:

يمكن تصنيف الموارد الطبيعية وفقاً لما يلي:

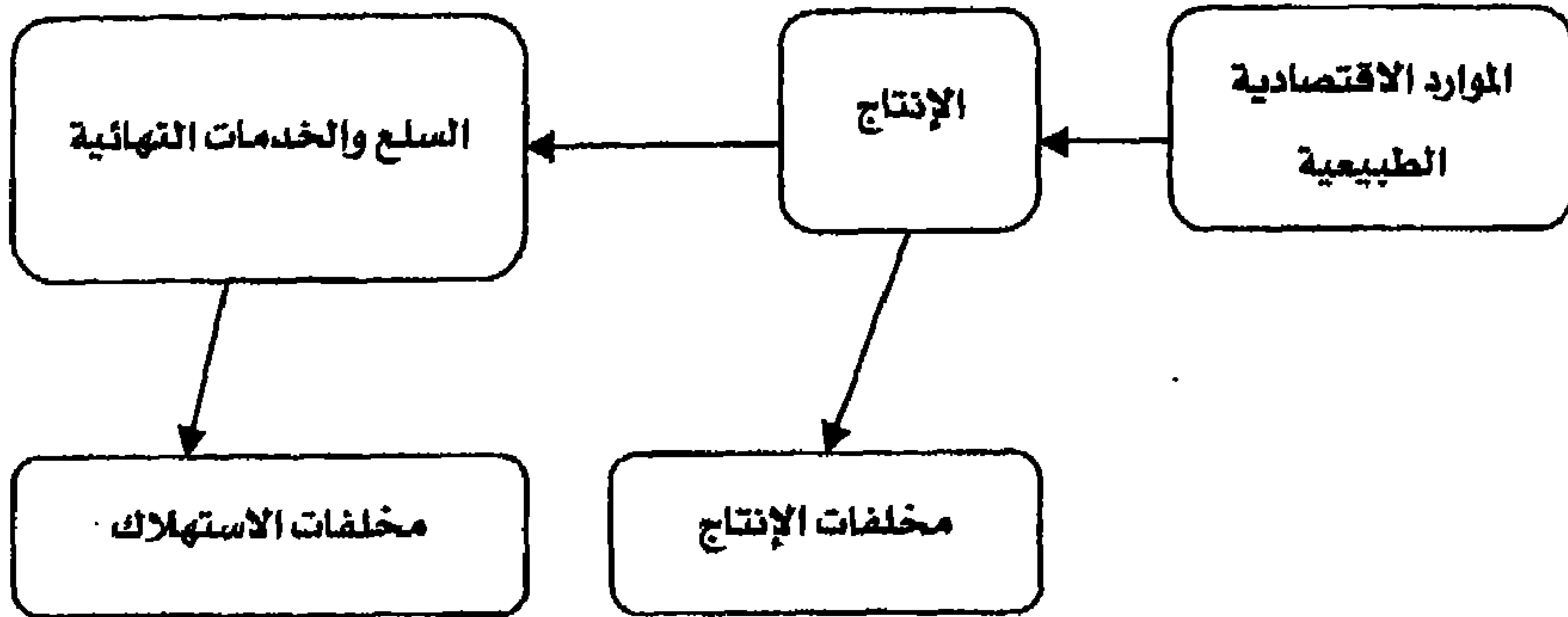
- موارد متجددة: مثلاً الغابات، حيوانات الطبيعية،...الخ، وتشمل كل مورد حي.
- الموارد غير المتجددة: وتشمل كل الموارد الطبيعية غير الحية الموجودة على ظاهرة الأرض أو في باطنها كالخامات المعدنية والنفطية....الخ

الموارد الثابتة: وهي الموارد المتجددة بشكل ثابت كمياه الأمطار والنهار وطاقة الرياح.....الخ.

الاستغلال الأمثل بيئياً للموارد الطبيعية:

الزيادة السكانية تعني بشكل أو بآخر زيادة الإنتاج والاستهلاك. السؤال المهم هو: ما هي المحددات الطبيعية لزيادة الإنتاج والاستهلاك؟

للإجابة نستعين بالرسم التوضيحي الشكل(2) الذي يبين ما يلي:



الشكل(2)علاقة استغلال الموارد الطبيعية بتلوث البيئة

من خلال متابعة مراحل الإنتاج والاستهلاك للسلع والخدمات يتبين لنا أنه توجد علاقة وطيدة بين الدورة الاقتصادية والدورة الطبيعية للبيئة وبالتالي تتوسع الأولى ضمن إطار المحددات التالية:

المحدد الأول: مدى توفر الموارد الاقتصادية الطبيعية والبيئية للعملية الإنتاجية لتكون على شكل مدخلات إنتاجية متجددة.

المحدد الثاني: إمكانية تجنب المخاطر البيئية لمخلفات العملية الإنتاجية وهذا بدوره مرتبط بعوامل التقدم التكنولوجي والوعي البيئي لدى الحكومات وأفراد المجتمع والمنتجين.

المحدد الثالث: إمكانية تجنب المخاطر البيئية لمخلفات السلع والخدمات التي تستهلك.

السكان والبيئة:

لقد بلغ عدد سكان العالم بحسب تقديرات عام 1992 حوالي 5.48 مليار نسمة ويتوقع أن يصل إلى 10 مليار نسمة عام 2050 اي أنه سيتضاعف تقريباً

خلال ستين سنة. هذا النمو السريع للسكان يقترن بنمو سريع للاستهلاك وانتشار واسع للفقر والحرمان حيث يعيش أكثر من مليار إنسان تحت خط الفقر.

هذا التوسع يتم على حساب المساحات القابلة للزراعة ويؤدي إلى اقتلاع الأشجار والحراج، فالنمو السكاني، مسؤول في البلدان النامية عن نحو 79٪ من إزالة الغابات و72٪ من التوسع في الأراضي الصالحة للزراعة.

تشير الإحصاءات إلى أنه يتم سنوياً اقتلاع مساحات من الأشجار تزيد عن 11 مليون هكتار من الغابات الاستوائية

السؤال الذي يطرح نفسه الآن: ما هي حدود الزيادة السكانية وما هي القيود المفروضة عليها؟ طبعاً توجد محددات متعددة منها:

- محددات اقتصادية مرتبطة بمتوسط الدخل الفردي.
- محددات اجتماعية مرتبطة بالعادات والتقاليد والأخلاق والأعراف الاجتماعية التي تحدد سلوكية الفرد بما يتعلق بسن الزواج وعدد الأولاد وغيرها من المحدد الأسرية.
- محددات صحية مرتبطة بمستوى الوعي الصحي والرعاية الاجتماعية الصحية وانعكاساتها على معدلات الوفيات. محددات طبيعية خارجة عن إطار إرادة الفرد والمجتمع وهي تلك التي تتعلق بالقوانين الطبيعية التي تتحكم بحركة الموارد الطبيعية وتوازناتها والتي بواسطتها يتم الانتقال من حالة توازن إلى أخرى وفقاً للمعطيات الجديدة في كل حالة، أي تلك القوانين التي تحدد قدرة الموارد الطبيعية على التجدد الذاتي ضمن شروط محددة مسبقاً.

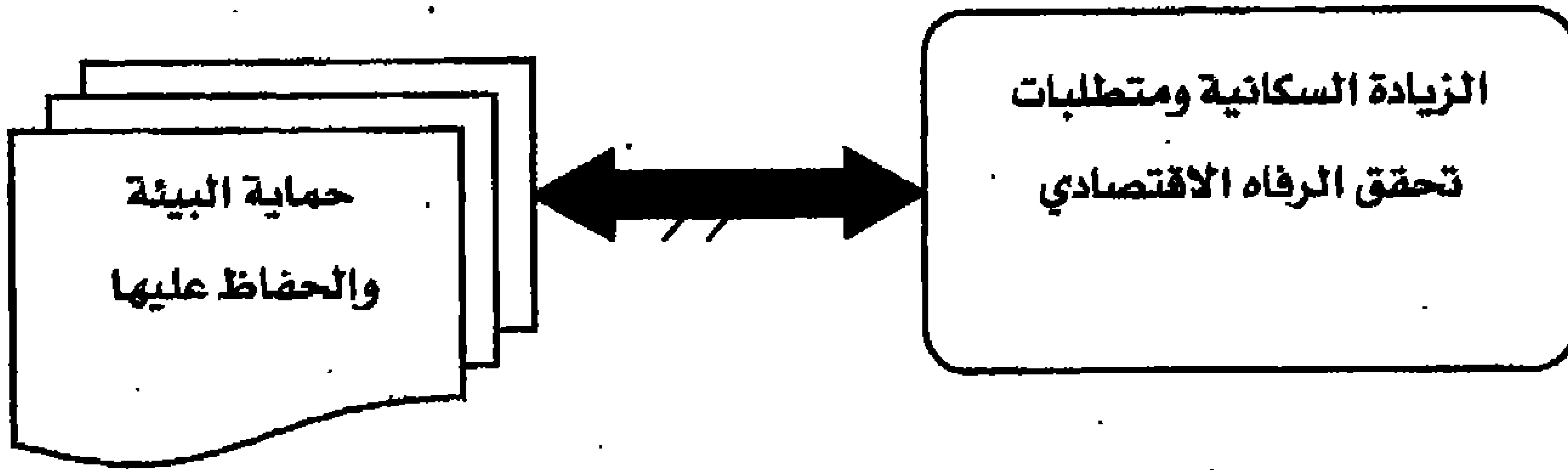
أوضح مؤتمر بعنوان " العالم الذي نحيا فيه The World we Live in" عقد في بون في عام 1973:

أن التزايد السكاني السريع هو سبب كل كوارث البيئة نتيجة للزيادة الكبيرة في استهلاك الموارد الطبيعية.

السكان والتنمية:

في المنظور الإجمالي العالمي للمشكلة السكانية نلاحظ التناقض التالي:

أي تكون التنمية على حساب البيئة أو العكس أي حماية البيئة والحفاظ عليها على حساب تراجع معدلات التنمية والتضحية بمتطلبات الرفاه الاقتصادي.



كيف يعالج هذا التناقض في الدول المتقدمة والدول النامية.

أ) كيف عالجت الدول المتقدمة مسألة السكان والتنمية والبيئة:

لقد سيطرت الدول المتقدمة بشكل أو بآخر على الزيادات السكانية والتي لا تتجاوز 1،5 ٪ في معظم البلدان المتقدمة.

امتلكت الدول المتقدمة القدرة الاقتصادية والتكنولوجية اللازمة لحماية الموارد الطبيعية وإعادة إنتاج عناصر البيئة من جديد مثلاً تنفق النمسا 1،88٪ من ناتجها القومي لأغراض حماية البيئة وتنفق ألمانيا 1،62٪ والولايات المتحدة الأمريكية 1،37٪ من الناتج القومي سنوياً لحماية البيئة.

لقد كانت الدول المتقدمة سباقة في الانتباه إلى الأمن البيئي واتبعت سياسات تصنيعية كانت ولا زالت تهدف إلى توطين الصناعات التي تعتبر ملوثة للبيئة في الدول النامية كما كانت الدول النامية أيضاً مقابر للنفايات النووية والنفايات الملوثة الأخرى التي هي مخلفات للصناعات المتمركزة في الدول المتقدمة.

مسألة السكان والتنمية والبيئة في الدول النامية:

في معظم الدول النامية كانت التنمية تستهلك مواردها الطبيعية والبيئية نتيجة للظروف الاقتصادية والاجتماعية التي تعاني منها تلك البلدان.

لم تستطع البلدان النامية السيطرة على معدلات التزايد السكاني العالية التي تتراوح بين 3– 4٪ تقريباً.

انتشار ظاهرة التخلف في الوعي الثقافي وانعكاس ذلك على عدم إدراك أهمية الموارد البيئية.

من أجل وضع حلول للتناقضات الحاصلة بين التنمية من جهة وحماية البيئة من جهة أخرى في واقع البلدان النامية تم الترويج مؤخراً لنمط وأسلوب جديد في التنمية سمي بـ "التنمية المستدامة".

التنمية المستدامة:

تعريف التنمية المستدامة:

في سنة 1987 استخدم المجلس العالمي للبيئة والتنمية مفهوما جديدا هو التنمية المستدامة، وعرفها بأنها مواجهة حاجات الجيل الحالي بدون التضحية بحاجات الجيل القادم. ويركز مفهوم التنمية المستدامة على المواءمة بين التوازنات البيئية والسكانية والطبيعية.

- التنمية المستدامة هي التي تفي باحتياجات الحاضر دون الإضرار بقدرة أجيال المستقبل على الوفاء باحتياجاتها الخاصة، وهي تفترض حفظ الأصول الطبيعية لأغراض النمو والتنمية في المستقبل.
- هي تنمية اقتصادية واجتماعية متوازنة ومتناغمة تعني تحسين نوعية الحياة مع حماية النظام الحيوي.

أبعاد التنمية المستدامة[1]:

من التعريفات السابقة يلاحظ أن التنمية المستدامة تتضمن أبعادا متعددة تتداخل فيما بينها، ويمكن الإشارة هنا إلى: أربعة أبعاد حاسمة ومتفاعلة هي كل من الأبعاد الاقتصادية والبشرية والبيئية والتكنولوجية:

1) الأبعاد الاقتصادية:

أ. حصة الاستهلاك الفردي من الموارد الطبيعية: فبالنسبة للأبعاد الاقتصادية للتنمية المستدامة نلاحظ أن سكان البلدان الصناعية يستغلون الموارد الطبيعية أضعاف ما يستخدمه سكان البلدان النامية.

ب. إيقاف تبديد الموارد الطبيعية: فالتنمية المستدامة بالنسبة للبلدان الغنية تتلخص في إجراء تخفيضات متواصلة من مستويات الاستهلاك المبددة للطاقة والموارد الطبيعية وذلك عبر تحسين مستوى الكفاءة وإحداث تغيير جذري في أسلوب الحياة.

ج. مسؤولية البلدان المتقدمة عن التلوث وعن معالجته: وتقع على البلدان الصناعية مسؤولية خاصة في قيادة التنمية المستدامة، لأن استهلاكها

(1) زرلوح ياسمينة: إشكالية التنمية المستدامة وواقع التنمية في الجزائر ،مذكرة ماجستير تحت إشراف:زروقي مصطفى، قسم العلوم الاقتصادية،فرع التخطيط،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير،جامعة الجزائر،2006، ص126 (دراسة غير منشورة)

- http://www.un.org/arabic/esa/desa/aboutas/dsd.html
- http://www.ituarabic.org/previousevents/2004/envinnomment/documents
- www.org/content/nseer.doc

المتراكم في الماضي من الموارد الطبيعية مثل المحروقات – وبالتالي إسهامها في مشكلات التلوث العالمي– كان كبيرا بدرجة غير متناسبة. يضاف إلى هذا أن البلدان الغنية لديها الموارد المالية والتقنية والبشرية الكفيلة بأن تضطلع بالصدارة في استخدام تكنولوجيات أنظف وتستخدم الموارد بكثافة أقل.

د. التنمية المستدامة لدى البلدان الفقيرة: وتعني التنمية المستدامة في البلدان الفقيرة تكريس الموارد الطبيعية لأغراض التحسين المستمر في مستويات المعيشة، لأن هناك روابط وثيقة بين الفقر وتدهور البيئة والنمو السريع للسكان والتخلف الناجم عن التاريخ الاستعماري والتبعية المطلقة للقوى الرأسمالية.

ه. المساواة في توزيع الموارد: إن الوسيلة الناجعة للتخفيف من عبء الفقر وتحسين مستويات المعيشة أصبحت مسؤولية كل من البلدان الغنية والفقيرة، وتعتبر هذه الوسيلة، غاية في حد ذاتها، وتتمثل في جعل فرص الحصول على الموارد والمنتجات والخدمات فيما بين جميع الأفراد داخل المجتمع أقرب إلى المساواة.

2) الأبعاد البشرية:

أ. تثبيت النمو الديموغرافي: وتعني التنمية المستدامة فيما يتعلق بالأبعاد البشرية العمل على تحقيق تقدم كبير في سبيل تثبيت نمو السكان، وهو أمر بدأ يكتسي أهمية بالغة، ليس لأن النمو المستمر للسكان لفترة طويلة وبمعدلات شبيهة بالمعدلات الحالية أصبح أمرا مستحيلا استحالة واضحة فقط، بل كذلك لأن النمو السريع يحدث ضغوطا حادة على الموارد الطبيعية وعلى قدرة الحكومات على توفير الخدمات. كما أن النمو السريع للسكان في بلد أو منطقة ما يحد من التنمية، ويقلص من قاعدة الموارد الطبيعية المتاحة لإعالة كل ساكن.

ب. أهمية توزيع السكان: فالتنمية المستدامة تعني النهوض بالتنمية القروية النشيطة للمساعدة على إبطاء حركة الهجرة إلى المدن، وتعني اتخاذ تدابير

سياسية خاصة من قبيل اعتماد الإصلاح الزراعي واعتماد تكنولوجيات تؤدي إلى التقليص إلى الحد الأدنى من الآثار البيئية للتحضر.

ج. الاستخدام الكامل للموارد البشرية: كما تنطوي التنمية المستدامة على استخدام الموارد البشرية استخداما كاملا، وذلك بتحسين التعليم والخدمات الصحية ومحاربة الجوع. ومن المهم بصورة خاصة أن تصل الخدمات الأساسية إلى الذين يعيشون في فقر مطلق أو في المناطق النائية، ومن هنا فإن التنمية المستدامة تعني إعادة توجيه الموارد أو إعادة تخصيصها لضمان الوفاء أولا بالاحتياجات البشرية الأساسية مثل تعلم القراءة والكتابة، وتوفير الرعاية الصحية الأولية، والمياه النظيفة. والتنمية المستدامة تعني —فيما وراء الاحتياجات الأساسية— تحسين الرفاه الاجتماعي، وحماية التنوع الثقافي، والاستثمار في رأس المال البشري— بتدريب المربين والعاملين في الرعاية الصحية والفنيين والعلماء وغيرهم من المتخصصين الذين تدعو إليهم الحاجة لاستمرار التنمية.

3) الأبعاد البيئية:

أ. إتلاف التربة، استعمال المبيدات، تدمير الغطاء النباتي: بالنسبة للأبعاد البيئية نلاحظ أن تعرية التربة وفقدان إنتاجيتها يؤديان إلى التقليص من غلتها، ويخرجان سنويا من دائرة الإنتاج مساحات كبيرة من الأراضي الزراعية. كما أن الإفراط في استخدام الأسمدة ومبيدات الحشرات يؤدي إلى تلويث المياه السطحية والمياه الجوفية. أما الضغوط البشرية والحيوانية، فإنها تضر بالغطاء النباتي والغابات أو تدمرهما.

ب. حماية الموارد الطبيعية: والتنمية المستدامة تحتاج إلى حماية الموارد الطبيعية اللازمة لإنتاج المواد الغذائية والوقود— ابتداء من حماية التربة إلى حماية الأراضي المخصصة للأشجار وإلى حماية مصايد الأسماك— مع التوسع في الإنتاج لتلبية احتياجات السكان الآخذين في التزايد، وهذه الأهداف يحتمل

تضاربها، ومع ذلك فإن الفشل في صيانة الموارد الطبيعية التي تعتمد عليها الزراعة كفيل بحدوث نقص في الأغذية في المستقبل.

ج. صيانة المياه: وفي بعض المناطق تقل إمدادات المياه، ويهدد السحب من الأنهار باستنفاد الإمدادات المتاحة، كما أن المياه الجوفية يتم ضخها بمعدلات غير مستدامة. كما أن النفايات الصناعية والزراعية والبشرية تلوث المياه السطحية والمياه الجوفية، وتهدد البحيرات والمصبات في كل بلد تقريبا.

د. حماية المناخ من الاحتباس الحراري: والتنمية المستدامة تعني كذلك عدم المخاطرة بإجراء تغييرات كبيرة في البيئة العالمية – بزيادة مستوى سطح البحر، أو تغيير أنماط سقوط الأمطار والغطاء النباتي، أو زيادة الأشعة فوق البنفسجية – يكون من شأنها إحداث تغيير في الفرص المتاحة للأجيال المقبلة. ويعني ذلك الحيلولة دون زعزعة استقرار المناخ، أو النظم الجغرافية الفيزيائية والبيولوجية أو تدمير طبقة الأزون الحامية للأرض من جراء أفعال الإنسان.

4) لأبعاد التكنولوجية:

أ. استعمال تكنولوجيات الإنتاج أنظف في المرافق الصناعية: كثيرا ما تؤدي المرافق الصناعية إلى تلويث ما يحيط بها من هواء ومياه وأرض، وفي البلدان المتقدمة يتم الحد من تدفق النفايات وتنظيف التلوث بنفقات كبيرة، أما في البلدان النامية، فإن النفايات المتدفقة في كثير منها لا يخضع للرقابة إلى حد كبير. وتعني التنمية المستدامة هنا التحول إلى تكنولوجيات أنظف وأكفأ تقلص من استهلاك الطاقة وغيرها من الموارد الطبيعية إلى أدنى حد. وينبغي أن يتمثل الهدف في عمليات أو نظم تكنولوجية تتسبب في ملوثات أقل وتعيد تدوير النفايات داخليا.

ب. الأخذ بالتكنولوجيات المحسنة وبالنصوص القانونية الزاجرة: التنمية المستدامة تعني الإسراع بالأخذ بالتكنولوجيات المحسنة، وكذلك بالنصوص القانونية الخاصة بفرض العقوبات في هذا المجال وتطبيقها، ومن شأن

التعاون التكنولوجي – سواء بالاستحداث أو التطويع لتكنولوجيات أنظف وأكفأ تناسب الاحتياجات المحلية – الذي يهدف إلى سد الفجوة بين البلدان الصناعية والنامية أن يزيد من الإنتاجية الاقتصادية، وأن يحول أيضا دون مزيد من التدهور في نوعية البيئة.

ج. المحروقات والاحتباس الحراري: كما أن استخدام المحروقات يستدعي اهتماما خاصا لأنه مثال واضح على العمليات الصناعية غير المغلقة. فالمحروقات يجري استخراجها وإحراقها وطرح نفاياتها داخل البيئة، فتصبح بسبب ذلك مصدرا رئيسيا لتلوث الهواء في المناطق العمرانية، وللأمطار الحمضية التي تصيب مناطق كبيرة، والاحتباس الحراري الذي يهدد بتغير المناخ. والمستويات الحالية لانبعاث الغازات الحرارية من أنشطة البشر تتجاوز قدرة الأرض على امتصاصها.

د. الحد من انبعاث الغازات: وترمي التنمية المستدامة في هذا المجال إلى الحد من المعدل العالمي لزيادة انبعاث الغازات الحرارية. وذلك عبر الحد بصورة كبيرة من استخدام المحروقات، وإيجاد مصادر أخرى للطاقة لإمداد المجتمعات الصناعية.

ه. الحيلولة دون تدهور طبقة الأزون: والتنمية المستدامة تعني أيضا الحيلولة دون تدهور طبقة الأوزون الحامية للأرض. وتمثل الإجراءات التي اتخذت لمعالجة هذه المشكلة سابقة مشجعة، فاتفاقية كيوتو جاءت للمطالبة بالتخلص تدريجيا من المواد الكيميائية المهددة للأزون، وتوضح بأن التعاون الدولي لمعالجة مخاطر البيئة العالمية هو أمر مستطاع.

من خلال الأبعاد المختلفة للتنمية المستدامة يمكن القول بأنها التنمية المتوازنة التي تشمل مختلف أنشطة المجتمع باعتماد افضل الوسائل لتحقيق الاستثمار الأمثل للموارد المادية والبشرية في العمليات التنموية، واعتماد مبادئ العدالة في الإنتاج والاستهلاك وعند توزيع العوائد لتحقيق الرفاهية لجميع أفراد المجتمع دون أن تحصل اضرار للطبيعة أو لصالح الأجيال القادمة

إن تحقيق التنمية المستدامة أصبح مؤشرا رئيسيا لاستمرار البشرية كما أصبحت أبعاد التنمية المختلفة تمثل أولوية من أهم الأولويات على جدول الأعمال معظم دول العالم التي تعمل من أجل تحديث المجتمعات.

دور الإعلام التوعية السكانية البيئية(1):

أضحى الحديث عن التنمية والسكان والبيئة من أغنى المواد لإعلامية في صحافة اليوم. والسؤال المهم هنا هو: ما هي دور الصحافة والمطبوعات الدورية في الوعي السكاني؟. وكيف يمكن أن تتعاطى الصحافة مع هذه المشكلة؟ وما هو دورها؟ هل هي طرف مشارك في حلها؟ أم هي طرف مراقب لحسن تنفيذ الخطط الموضوعة للحل؟ هي واعظة فقط،أم أنها تنزل إلى الميدان وتساهم مباشرة في المعالجة وتقدم أفضل السبل للوصول إلى نتائج إيجابية؟ وباختصار: أين تقف الصحافة من هذه المشكلة، التي تعتبر معضلة كبر مؤرقة إلى حد كبير لكل الأنظمة والأجهزة المعنية في معظم بلدان العالم؟.

وهنا سوف نقوم باستعراض دور الإعلام في المعرفة والوعي، ثم الميزات الخاصة بالإعلام الصحفي في المعرفة والوعي، وبعد ذلك دور الصحافة في التوعية السكانية بشكل عام، ودورها في الوعي السكاني بشكل خاص.

أ. دور الإعلام في المعرفة والوعي:

إن كل إنسان بحاجة إلى المعرفة، وإن الإعلام الاجتماعي هو نقل المعرفة أو الأفكار إلى الأفراد والآخرين، ويتم ذلك عبر اللغة أو أية وسيلة أخرى، وفي ضوء ذلك يظهر أن الحاجة إلى المعرفة هي أيضاً الحاجة إلى الإعلام، لأنه بواسطة الإعلام يمكن أن نحصل على معرفة مركزة ومتطورة، وإن الإعلام يستطيع أن ينشر

(1) للمزيد إنظر إلى كتاب "د. تركي صقر"، الإعلام العربي وتحديات العولمة، وزارة الثقافة، دمشق، 1998.

المعرفة ويوصلها إلى أناس كثيرين في الوقت ذاته، إذن هناك قدرة خاصة يملكها الإعلام في نشر المعارف والأفكار، في الناس وتكوين مواقف.

وما يهمنا في هذا الصدد مقدار ما استطاعت الرسالة الإعلامية من إحداث تغيير في عقل الفرد المستقبل ومقدار ما استطاعت في رفضه لعادات تضر بالمجتمع وإقناعه بضرورة الإقلاع عن سلوك يشكل في النهاية عقبة في طريق التطور الاجتماعي، وبالتالي يشكل عقدة تكبر لتصبح معضلة أمام مسألة التنمية التي يطمح المجتمع إليها.

مما تقدم يصح لنا تسمية بالإعلام الاجتماعي،أي التربية والتعليم والمحاضرات والندوات وما إلى ذلك.

ب. الإعلام الصحفي ميزة خاصة:

للإعلام الصحفي ميزات خاصة لا تشاركه فيها الفروع الأخرى للإعلام الاجتماعي، فالصحافة مثلاً تخبر عن الوسيلة الإعلامية التي تنشر المعلومات عن نطاق واسع (بعكس الجامعات والمدارس حيث تقدم المعلومات فيها من خلال الاتصال المباشر بين المخبر والمستقبل). فالصحافة بهذا المعنى، تعلم الجمهور الواسع، ويستطيع كل شخص أن يتصل بالصحافة ويطلع عليها بعكس المدارس التعليمية التي يملك الحق فيها الطلاب المسجلون، وتقدم الصحافة معلومات حول معرفة الوقائع بعكس الأدب والمسرح والروايات وغيرها. وتقوم الصحافة بمهمة الإعلام هذه بشكل دوري بعكس الآثار الأدبية التي تنشر بشكل غير دوري، كما تعطي الصحافة معلومات حول مجالات الحياة كافة، ولذلك فهي عامة وشاملة، وهذا عكس التأهيل المهني الذي يقتصر على عدد محدد.

وما يهمنا هنا أن نشير إلى خصوصية الصحافة لنكشف قدرتها في مسألة الوعي التنموي والسكاني.

إن الصحيفة كانت وما زالت من أكثر وسائل الإعلام ملاءمة لنشر الموضوعات الصحيفة الطويلة والتي تدور حول قضايا وظواهر معقدة، وفي الوقت نفسه تمتلك قدرة خاصة على عرض وجهات نظر وآراء مختلفة، والتي تتضمن حقائق ووقائع وأرقام وجداول وبيانات...الخ، وهذه بطبيعة الحال، تحتاج إلى وقت أطول للقراءة والفهم كما تحتاج إلى ظروف قراءة خاصة تتعلق بالزمان والمكان، فالصحيفة في هذا تنشر الحدث وكأنها تسرد قصة، أي أن الصحيفة تستطيع أن تسرد كافة الجزئيات والتفاصيل والوقائع التي قد لا تستطيع الإذاعة تقديمها، وكذلك قد لا تستطيع كاميرا التلفزيون أن تراها وتعرضها.

فالصحيفة، بهذا المعنى، قادرة على تطويل الموضوع إلى الحجم المناسب، ولهذا لا نبالغ إذا قلنا: بأنها الأكثر قدرة على معالجة الظواهر والمشكلات والتطورات المعقدة. إذن الصحيفة تطرح، المشكلة، وتحللها، وتفسرها، وتقدم آراء مختلفة حول تشخيصها، كما تقدم معلومات وأرقام وجداول لتفسيرها وتحليلها، وهي تتيح الفرصة لمناقشة الحلول وآفاق وتطويرها.

مما تقدم يمكن القول أن عملية الاتصال بين الصحيفة والجمهور قائمة على شكل واحد وهو القراءة، وبذلك فإن الجمهور الذي يتابع الصحف يتمتع بقدر من الثقافة والجدية والاختصاص، مما يجعل الصحيفة أكثر تأثيراً وفعالية في الجماهير المثقفة نسبياً أو المتخصصة.

دور وسائل الإعلام في التوعية السكانية البيئية:

كما لاحظنا في أثناء استعراضنا المشكلة السكانية والبيئية في بداية هذا الفصل فإن حل المشكلة المتواجدة أصلاً في بلدان العالم الثالث يكمن في إنجاح عمليات التنمية، فالتنمية هي الطريق الوحيد أمام دول العالم الثالث للتغلب على مسائل التخلف والعجز الاقتصادي واستخدام الموارد البشرية والموارد البيئية الكثيفة استخداماً عقلانياً، والحد تدريجياً من الانفجار السكاني(القنبلة السكانية

كما سماها مالتوس) في عملية توازن شاملة اقتصادياً واجتماعياً. والتوجه إلى التنمية المستدامة (التنمية القابلة للاستمرار بيئياً سليماً).

بالطبع ليست التنمية عصا سحرية تحل جميع المشكلات دفعة واحدة في بلدان العالم الثالث، لا سيما إذا علمنا حجم البؤس الذي يعاني منه أكثر من مائة دولة في آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية، وكذلك الصعوبات التي تصطدم بها التنمية في بلدان العالم الثالث في ظل النظام الاقتصادي الدولي القائم، حيث تشير التقديرات إلى أنه يجري إنفاق (1،5) مليون دولار كل دقيقة على الأغراض العسكرية، في حين يموت /30/ طفلاً كل دقيقة في البلدان النامية بسبب عدم وجود غذاء أو دواء، ويعيش /800/ مليون نسمة في فقر تام، ويعاني /500/ مليون نسمة من النقص الدائم في الغذاء!!.

(وتشير وسائل الأعلام أن الاتحاد السوفياتي، والولايات المتحدة الأمريكية، وفرنسا، وبريطانيا، والصين، صدّرت إلى بلدان العالم الثالث، وخلال سبع سنوات فقط، أسلحة بمبلغ 307 مليار دولار 67 ٪ منها إلى بلدان الشرق الأوسط، وأن التسلح يستهلك حوالي 25 ٪ من الدخل القومي لأي بلد بشكل متوسط). وتفيد إحصائية نشرتها الأمم المتحدة في جنيف تحت عنوان "نزع السلاح والتنمية" بأن 1 ٪ فقط من نفقات التسلح تكفي لتمويل الإجراءات الرامية إلى القضاء على الجوع في العالم نهائيا، وإن مخصصات التسلح السنوية تكفي لتسديد مجمل ديون البلدان النامية الخارجية.

وإن المصاريف على الأسلحة تبلغ 4 ملايين مارك ألماني في الدقيقة الواحدة هذا في الوقت الذي يعيش فيه خمس 5/1 سكان الأرض في حالة فقر، وعشر 10/1 سكان العالم في حالة مجاعة، ويموت من الجوع في الصومال لوحدها حالي 500 إنسان يوميا، عام 1992، بسبب المجاعة الناتجة بالدرجة الأولى عن الحروب الأهلية المجنونة فيها.

تعود إلى القول: أن التنمية البيئية تحتاج إلى استنفار كامل وشامل لكل قوى المجتمع في البلدان النامية، وتقف الصحافة لتلعب دوراً أساسياً ومهماً في عملية النهوض والإنهاض هذه،لأنه لو عددنا الأطراف المعنية في قيادة عملية التنمية لوجدنا أن الصحافة هي، في هذه العملية، أداة للتغيير ومراقب وشريك.

لا يمكن للفرد أن يرفض التنمية أو لا يتجاوب مع متطلباتها إذا ما تم إقناعه إقناعاً سليماً، وإذا كانت الحكومة قائدة لعملية التنمية، فإن وسائل الإعلام تعتبر الجسر أو الملتقى لكل الفئات المتفاعلة والمشاركة في العملية التنموية، وهذا ما يرتب عليها مسؤولية خاصة ودقيقة للغاية.

علينا أن نحدد بوضوح تام مسؤولية وسائل الإعلام في التنمية، وما هي الأطراف التي تشترك في العملية؟.

هناك ثلاثة أطراف:

- الحكومة بهيئات التخطيط والتكنوقراط فيها.
- الصحافة بهيئات التحرير والمحررين والمراسلين.
- الشعب بقواه الحية والفاعلة وطموحاته نحو الغد الجديد.

موقف وسائل الإعلام من المشكلة التنموية والسكانية؟.

إن جوهر المشكلة ليس في تزايد السكان بمقدار ما هو في غياب السياسات التنموية الشاملة والمتكاملة في معظم الأقطار، وفي وطننا العربي ليست المشكلة في الانفجار السكاني، وإنما في عدم وجود استراتيجية تنموية عربية قومية، فالخطط القطرية المبعثرة، وعدم الاستفادة من توزيع امثل للثروات العربية، وضياع العوائد والإيداعات العربية في البنوك الرأسمالية، كل ذلك يؤدي إلى ظهور المشكلة على أنها في تزايد عدد السكان، بينما تدل الإحصاءات أن بلداً مثل (السودان) يمكن أن يكفي إنتاجه الزراعي والحيواني، إذا ما استثمر، ليس الوطن العربي فقط، وإنما يكفي العديد من الدول الأوربية أيضاً.

لا بدّ أن يشارك الإعلام في عملية التغيير الواسعة التي تحدث في المجتمع، وذلك من خلال تبني قضايا الجماهير الواسعة ومحاربة القيم القديمة والعلاقات الاستغلالية التي كانت تسود، والتي لا يزال شبحها مقيتاً ومخيفاً لأفراد الشعب.

كما أن يعمل الإعلام على تطوير المجتمع بإبراز القيم والعادات والسلوك التي تنسجم مع تطلعات وآمال الجماهير لبناء مجتمع جديد متطور عقلياً – اجتماعياً – إعلامياً– اقتصادياً – سياسياً – تنموياً – وسكانياً ..الخ.

دور الإعلام المقروء في التوعية السكانية:

ويتجلى هذا الدور بالمسألة السكانية من خلال:

- أن تعمل الصحافة على خلق مناخ عام للتنمية في الدولة، والتركيز على خطط التنمية بكافة إشكالها وإثارة التطلعات حولها من قبل المواطنين كافة.
- تحفز تطلعات المواطنين كأفراد وكشعب للالتفاف حول التنمية باعتبارها تحقق الطموحات الفردية الخاصة والوطنية والقومية.
- تضع من نفسها متلقي الحوار حول التغيير وضرورته وكيفيته، وهي بذلك تعطي الحكومة فرصة قيادة العملية التنموية وتعطي الشعب فرصة التعبير عن حاجاته ومشكلاته.
- تقوم بتعميم المهارات والخبرات، وتنشر الإنجازات المتحققة، مما يعزز فرص نجاح التنمية ويذلل الصعوبات أمامها، كما تقدم نماذج للسلوك العام والفردي فيما يتعلق بالنظافة والصحة وتنظيم الأسرة وترسيخ الوعي السكاني والتنموي.
- تعمل على توسيع أفق المواطنين بنشر الحقائق عن المسائل السكانية والتنموية في العالم وتجارب الشعوب في هذا المضمار، فتحطم المسافات وتكسر العزلة بنقل القراء من بيئتهم التقليدية إلى بيئات أكثر تقدماً في الاقتصاد الرقمي (اقتصاد المعرفة) وعصر المعلومات التكنولوجية.

أسئلة الفصل الثالث عشر
Question Of Chapter (13)

- السؤال الأول: ما هي العلاقة بين التنمية والسكان.
- السؤال الثاني: كيف يمكن تخفيض ضغط استغلال الموارد الطبيعية والبيئية، وما هي الحل، (وضح ذلك).
- السؤال الثالث: قارن بين الموارد المتجددة والموارد غير المتجددة.
- السؤال الرابع: وضح كيف يتم الاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية بيئياً؟ (وضح من خلال الرسم).
- السؤال الخامس: ما هي حدود الزيادة السكانية وما هي القيود المفروضة عليها؟
- السؤال السادس: وضح كيف يعالج التناقض بين الدول المتقدمة والدول النامي من مسألة السكان والبيئة؟.
- السؤال السابع: ما هي التنمية المستدامة، بين أبعاده؟.
- السؤال الثامن: كيف توضح مسؤولية وسائل الإعلام في التنمية، وما هي الأطراف التي تشترك في العملية؟.
- السؤال التاسع: ما هو موقف وسائل الإعلام من المشكلة التنموية والسكانية؟.
- السؤال العاشر: ما هو دور الإعلام المقروء في التوعية السكانية؟

الفصل الرابع عشر

الإعلام والتربية البيئية

الفصل الرابع عشر
الإعلام والتربية البيئية

1) التربية البيئية:

تعتبر التربية البيئية مفهوماً تربوياً جديداً نسبياً وهو نتيجة تفاعل مفهومي التربية والبيئة.

مفهوم التربية:

راسخ منذ القدم ومتطور مع الزمن يهدف إلى تهيئة الأفراد لحياتهم الحاضرة والمقبلة وهو ميدان واسع تسعى وجملة ما تسعى إليه إلى دراسة الأنماط السلوكية للأفراد والقيم والمهارات واستنباط الطرق والأساليب التعليمية اللازمة لتغيير وتطوير تلك المعطيات إلى أشكال أرقى.

مفهوم التربية البيئية[1]:

أصبح مفهوم التربية البيئية اتجاهاً وفكراً وفلسفة يهدف إلى تكوين الأفراد الواعين بيئياً، ومساعدتهم في اتخاذ قرارات أثناء تعاملهم مع بيئاتهم المحلية.

وتعددت التعاريف التي تناولت مفهوم التربية البيئية لتصبح أكثر شمولية وسنأتي على ذكر بعض التعاريف التربية البيئية كما جاءت من خلال المؤتمرات والندوات:

عرّفت المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم التربية البيئية على أنها:" عملية تكوين المهارات والاتجاهات والقيم اللازمة لفهم وتقدير العلاقات المعقدة التي تربط الإنسان بمحيطه الحيوي الفيزيقي، وتوضيح حتمية المحافظة على مصادر

---

(1) د. فياض سكيكير، د. محمد سليمان، د. ناظم عيسى، 1997- مقدمة في الثقافة البيئية، ص134

البيئة وضرورة حسن استغلالها لصالح الإنسان حفاظاً على حياته الكريمة ورفع مستوى معيشته".

أما (جلاسكو ورينسون) بأنه:" عملية تهدف إلى توعية سكان العالم بالبيئة الكلية وتقوية اهتماماتهم بها والمشكلات المتصلة بها، وتزويدهم بالمعلومات والحوافز والمهارات التي تؤهلهم أفراد أو جماعات للعمل على حل مشكلات البيئة والحيلولة دون ظهور مشكلات جديدة، وهذه العملية مستمرة مدى الحياة، حتى توجد مساهمة غير منقطعة ومسؤولية متواصلة لبناء هذه البيئة".

ورأت وزارة التربية في القطر العربي السوري التربية البيئية على أنها:" منهج تربوي لتكوين الوعي البيئي من خلال تزويد الفرد بالمعارف والمهارات والقيم والاتجاهات التي تنظم سلوكه وتمكنه من التفاعل مع بيئة الاجتماعية والطبيعية بما يسهم في حمايتها وحل مشكلاتها".

فلسفة التربية البيئية:

لقد قامت فلسفة التربية البيئية على النقاط التالية:

- تعديل اتجاهات الأفراد إيجابياً نحو البيئة.
- ارتباط الإنسان مع بيئته الطبيعية بعلاقات يستمد من خلالها مقومات حياته ومستلزمات تقدمه ورفاهيته لأن الإنسان تشكل مكوناً مهماً في النظام البيئي.
- استجابة للنداءات البشرية من خلال المؤتمرات والندوات، والقلق الناشئ عن تدهور البيئة.
- إشاعة التفكير البيئي، بحيث يتمكن الفرد أن يتوافق بسهولة مع مطالبة واحتياجاته من جهة وبيئته المحلية من جهة ثانية.
- تربية المواطن لاتخاذ أبسط الخطوات التي تمكنه من استخدام وسائله المتوافرة لإدارة البيئة.
- زيادة عدد السكان المؤثرة بشكل مباشر على نوع البيئة.

- تحول الانتباه عن المشكلات البيئية الناشئة إلى مسببها الكائن الإنساني.

أهداف التربية البيئية:

حدد مؤتمر استوكهلم عام 1972 دور التربية البيئية في المحافظة على البيئة وأصبح هدفها تطوير المجتمع البشري وتنمية مفهوماته ومهاراته وسلوكه، وحفزه للعمل بشكل فردي أو جماعي لحل المشكلات البيئية المعاصرة ومنع حدوث مشكلات أخرى.

وأشار المؤتمرات والندوات العربية والعالمية إلى أهداف تسعى التربية البيئية إلى تحقيقها هي:

إيجاد إدراك واهتمام بشكل الاتكال المتبادل الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والبيئي والإعلامي بالمناطق الحضرية والريفية.

تزويد كل شخص بفرض اكتساب المعرفة والقيم والمواقف والالتزام والمهارات المطلوبة لحماية وتحسين البيئة.

خلق أنماط سلوك جديدة لدى الأفراد والجماعات والمجتمع ككل نحو البيئة.

حّدد وليم ب. ستاب William B.Stapp الأهداف الرئيسية للتربية البيئية في مساعدة الأفراد والجماعات على اكتساب[1]:

- الفهم بأن الإنسان جزء لا يتجزأ من نظام يتألف من الإنسان والثقافة والبيئة الطبيعية الحيوية، وأن الإنسان له القدرة على تغيير العلاقات في هذا النظام.
- الفهم الواسع للبيئة، بشقيها الطبيعي والمصنوع ودورها في المجتمع المعاصر.

(1) William.b.Stapp. Environment Education Activities Manual Second Printed Michinan.u.s.a.

- الفهم العميق للمشكلات البيئية التي تواجه الجنس البشري في الوقت الحاضر بجوانبها المتعددة، والمساهمة في حل هذه المشكلة ومسؤولية المواطنين وأفراد وجماعات نحو حلها أو الحد منها.
- المهارات اللازمة لحل المشكلات البيئية وتطويرها بما فيها ظروف البيئة على نحو أفضل ومن هذه المهارات:

  - مهارة حل المشكلات.
  - مهارة الاتصال.
  - مهارة النقد.
  - مهارة التغيير الاجتماعي.

- تكوين الاتجاهات المناسبة إزاء البيئة والتي تدفع المواطنين بوازع منهم إلى المشاركة في حل المشكلات البيئية.

من خلال ما تقدم وبإعادة النظر بفئات الأهداف التي ذكرت، يتبين أن التربية البيئي تحاول أن تحقق أهدافها في المجالات الثلاثة المعرفية، والمهارية، والانفعالية بصورة متكاملة.

المعرفة: توفر المعلومات لفهم العلاقات القائمة من مكونات النظام البيئي والإحاطة بالمفهومات الملتصقة ببيئة المتعلم والبيئات الأخرى وكل ما تحتويه من مواد أو مشكلات بيئية.

المهارة: القيام بأنشطة عقلانية رشيدة بالبيئة بغية اكتساب مهارات عملية مثل: جمع النماذج، وتسجيل البيانات، والتجريب والقياس والترابط بين المشكلات واقتراح حلول قابلة للتحقيق.

الانفعال: يتعين على التربية البيئية أن تطور الاتجاهات والمواقف عند المتعلمين لتحسين البيئة والحفاظ عليها، وهذا لا يتحقق إلا بالوصول إلى القناعة باتخاذ مثل هذه المواقف.

الإعلام والتربية البيئية:

إن الإعلام هو المحرك والمعبر عن مقومات النشاط الاجتماعي وهو الذي يعلو بالإنسان عن غريزته إلى المطامح الحضارية. وهو المنبع المشترك الذي ينهل منه هذا الإنسان الآراء والأفكار. وهو الرابط بين الأفراد والموحي إليهم بالشعور الانتساب إلى مجتمع واحد. وهو الوسيلة لتحويل الأفكار إلى أعمال، والأداة التي تعكس الأحاسيس الحاجيات من أبسطها إلى أعلى آيات الكمال.

لقد أدى تهتك البيئة الكبير في عصرنا الحالي، والخطر الناتج عنه في كافة المجالات، مما اقتضى المزيد من نشر الوعي البيئي وبالتالي قيام الأمم المتحدة ومنظماتها الدولية والإقليمية التابعة لها، وخاصة منظمة "اليونسكو" بالنضال من أجل قيام نظام عالمي إعلامي جديد للإعلام والاتصال..

هذا وإذا كان الإعلام ضروري حالياً للتثقيف ونشر الخبر السياسي أو التجاري..الخ، فقد أصبح أكثر ضرورة لنشر الوعي البيئي لدى جميع سكان كرتنا الأرضية بدون استثناء، وترسيخ التوعية البيئية الضرورية الآن أكثر من أي وقت مضى.

هذا وأن تزايد عدد الحزاب البيئية والخضراء في العالم الخضر، يعتبر ظاهرة صحية كرد فعل اجتماعي واعي ومنظم وهادف ضد الخطر البيئي، والمتزايد في هذه الدول، لتضيف بنضالاتها مساهمة جديدة في التوعية البيئية، سواءً من خلال وسائل الإعلام، أو من مقاعد البرلمان التي أصبحت تشغلها...

هذا ويشهد دول العالم ونحن في بداية القرن الحادي والعشرين قمة الثورة الإعلامية – المعلوماتية. فالثورة العلمية – التكنولوجية في مجال المعلومات ووسائل الاتصال هي الطاقة المولّدة والدافعة للعولمة.

ويصف البروفسور إسماعيل شعبان العولمة المعاصرة "هي حصيلة مركبة، ونتيجة حتمية للتطور العلمي والتقني والمعلوماتي والاتصالي والمواصلاتي المؤتمت المربوط، الذي أدى إلى زيادة الإنتاجية والإنتاج الكمي والنوعي الكبير جداً، والذي يحتاج إلى السوق العالمية الكبيرة لتصريفه فيها"

هذه الثورة الإعلامية– المعلوماتية والتي حولت الكرة الأرضية إلى قرية صغيرة يرى ويسمع أفرادها بعضهم متى شاؤوا، وأصبحت وسائل الإعلام تستخدم كوسيلة فعالة لنشر المعلومات البيئية الوقائية والعلاجية الخطيرة في كل مكان من الأرض، لتحقيق الأمن البيئي الذي يهم الجميع بدون استثناء كمجال حيوي ضروري للحياة.

وبما أن الأرض ليست ملك الإنسان فقط، وإنما هي أيضاً ملك كل المخلوقات الحية الأخرى التي يعيش فيها وعليها، وسواء في الوسط (المائي– الغازي– والترابي..الخ) كسفينة نوح التي يجب المحافظة عليها من قبل الجميع، وقد حذّر رسول الله (ص) حين قال عن مثل هذه الحالة في حينه (لو أن قوماً ركبوا في سفينة وأراد أحدهم أن يخرق موضعه فيها، ليتناول الماء بحجة أنه موضعه يفعل به ما يشاء، فإن أخذوا على يديه بخا وبخوا، وإن تركوه وشأنه هلك وهلكوا).

ويكفي أن يشير الإعلام المعاصر وبالتوضيح إلى ما مرّ ذكره سابقاً، من أمراض بيئية ومسبباتها، وأعراضها، ونتائجها، وحلولها، حتى يكون قد أسهم إسهاماً كبيراً، في حل المشكلة البيئية.

هكذا أصبح هنالك تزايد مطرد لعدد الأفراد الذين يخصصون جزءاً كبيراً من أوقات فراغهم لقراءة الصحف والمجلات أو للاستماع إلى الإذاعة أو السجلات الصوتية، ولمشاهدة التلفزيون بشكل خاص، وحسب الإحصائيات:

إن أطفال بعض البلدان المتطورة يقضون أمام شاشة التلفزيون أكثر مما يقضون في المدرسة، فحسب الوثائق الخاصة بالندوة الدولية التي نظمتها اليونيسكو حول تثقيف الجمهور بواسطة وسائل الاتصال الجماهيرية من 18– 1982/1/22 في جمهورية ألمانيا الغربية أن الطفل الاسترالي ذو الخمس سنوات يقضي /2000/ ساعة أمام جهاز التلفزيون قبل التحاقه بالمدرسة، أي ما يعادل سنتين دراسيتين، وإن المواطن الاسترالي يمضي ما يعادل سبع سنوات من حياته في الاستفادة من وسائل الاتصال.

وقد بينّت دراسات أخرى أن الزمن المخصص للتلفزيون بالبلدان المصنعة يتراوح بين 58 و190 دقيقة في اليوم.

لقد استطاع خلال الثلاثين سنة الماضية أن يغير نظام الحياة اليومية، ويفلح في ذلك أكثر مما أفلحت المدرسة طيلة قرون متلاحقة.

وحسب الافتراضات العلمية، إذا كانت الذاكرة البشرية تستطيع الاحتفاظ بـ 90٪ مما يقوم به الإنسان، فإنها تحتفظ بـ 50٪ من المرئي والمسموع معاً، و20٪ من المرئي، وبـ10٪ من المسموع. ويمكن استغلال هذه الإمكانيات بالقيام بحملات معلوماتية إعلامية للتنبيه حول ضرورة العناية:

بالصحة، والنظافة، والتغذية، والمسكن، وحماية البيئة وشرح عناصرها الضرورية للمجال الحيوي للإنسان والحيوان.. كذلك بمقاومة الأمية المتفشية في البلدان النامية[1].

(1) للمزيد من التفصيل يمكن الرجوع إلى الدكتور مصطفى عبد السلام المصمودي: وزير الإعلام التونسي 1974–1978، ممثل تونس في منظمة اليونيسكو، الباحث في مجال الإعلام، في مؤلفاته:" اقتصاديات الإعلام في تونس" و" من النظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال إلى النظام العربي" وكتابه:النظام الإعلامي الجديد، سلسلة عالم المعرفة، العد /94/ الكويت، تشرين أول 1985، ص(110—207).

أسئلة الفصل الرابع عشر

Question Of Chapter (14)

- السؤال الأول: وضح مفهوم التربية، التربية البيئية.
- السؤال الثاني: تحدث عن فلسفة التربية البيئية.
- السؤال الثالث: ما هي أهداف التربية البيئية؟
- السؤال الرابع: ما هو دور وسائل الإعلام في التوعية البيئية.

الفصل الخامس عشر

واقع الإعلام العربي
(سماته - تحدياته)

الفصل الخامس عشر

واقع الإعلام العربي (سماته -تحدياته)

السؤال المهم الذي يطرح نفسه اليوم: ما هي الإشكالية التي يتسم بها الإعلام العربي في الوطن العربي، وعلاقة الإعلام العربي بالجماهير، وهل ارتقى الإعلام العربي إلى ميزات الإعلام المعاصر في عصر التكنولوجيا في عصر ولادة الاقتصاد الرقمي والتدفق المعلوماتي الهائل (عصر اقتصاد المعلومات)(اقتصاد انترنت) وعصر القرية الكونية(العولمة).

سمات الإعلام العربي الراهن:

لا يشكل الإعلام العربي كتلة متجانسة بالشكل بالمطلوب من حيث البنية والهدف، وذلك نتيجة تعدد الأنماط السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وحالة التجزئة القومية، ونزعة الانعزالية والقطرية في معظم الأقطار العربية.

- ويعد تعبيراً عن حالة النظام العربي الراهن، وما يتسم به من خصوصيات محددة، كما يعبر عن سياسات الأنظمة والقوى السياسية والاقتصادية، فهو مرتبط بالتطورات التي تطرأ على الوضع العربي، مع بروز دوره الإيديولوجي والسياسي والاقتصادي.
- يعدّ الإعلام العربي جزءاً لا يتجزأ من المنظومتين الاقتصادية والسياسية في الدول العربية بارتباطه بسلطتي الدولة والمال من حيث تبعيته شبه الكاملة للدولة والقوى الاقتصادية الفاعلة والمسيطرة. ويبدو أن السيطرة الاقتصادية عن الوسائل الإعلامية لا يمكن تمييزها عن السيطرة السياسية وان هناك تطابقاً بين الاثنتين.
- لا تتمتع المؤسسات الإعلامية العربية بالمكانة المناسبة كأداة سياسية مهمة في إحداث التغيير السياسي والتنمية الاقتصادية والاجتماعية كما هو الحال في الدول المتطورة. ويشير الإعلامي الأمريكي هابت (MichaelHabte) في بحثه

عـن (دور الإعـلام في العـالم الثالـث) بقولـه: "إن أغلـب المؤسسـات الإعلاميـة الحديثـة ليسـت تابعـة مـن داخـل معظـم بلـدان العـالم الثالـث... ومـع أن نظـم الإعـلام فيهـا ليسـت ذات تـاريخ عريـق في التجـارب السياسـية والاقتصـادية في مجتمعاتها فإنها تعكس في الوقت نفسه الظروف الحالية. إنها نموذجاً لنظم إعلامية واقعة تحت السيطرة الكاملة أو الجزئية للحكومات".

- كما يتسم الإعلام العربي بالتبعية التكنولوجية والثقافية الإعلامية. وتتجلى هذه التبعية بصور مختلفة منها اعتماد الدول العربية على الدول المتطورة في كل ما يتعلق بتأمين البنى الأساسية للاتصال من مرافق، ومعدات، وتسهيلات في الإنتـاج والتوزيـع واسـتخدام المـواد الإعلاميـة اللازمـة لهـا مـن المؤسسـات الأجنبيـة والـتي لا تلائمهـا أحيانـاً مـن حيـث السـياق التـاريخي والاقتصـادي والاجتماعي والثقافي من خلال التدفق الإعلامـي الحر في اتجاه واحد، والذي يعكس حالـة عدم التـوازن في النظـام الإعلامـي الـدولي الـراهن. وتبين د. ليلى داؤود في كتاب جامع للمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم عن (وسائل الإعـلام وأثرهـا في المجتمـع العربـي المعاصـر) مخـاطر التبعيـة الإعلاميـة عـن الأسـرة العربيـة بقولها: إن إحدى أهم إشكالات دور وسـائل الإعـلام في التنشئة تكمـن في التبعيـة الإعلاميـة الـتي هـي امتـداد للتبعيـة الاقتصـادية. إنهـا تشـكل خطراً هائلاً يهدد تنشئة أطفالنا وتكوينهم في ظل هذا النظـام الإعلامـي الـذي يهيمن على بيوتنا ويتطلب منا أن نفكر في كيفية مواجهته.
- قلـة الأطـر الإعلاميـة المميزة، وهـذا يعـود إلى ضعف التأهيـل العـام والمتخصص والضيق. ومن الضروري التركيز على هذه المسألة لما لها مـن أهمية خاصة في تفجير الطاقات الإبداعية للإعلامي.
- شهدت وسائل الإعلام العربـي تطوراً كمياً بارزاً في شتى مجـالات الإعلام مـن صحافة مكتوبة وإذاعة صوتية، ومرئيـة. إلا أن هذا التطور لم يواكبه تطور في مجـالات البحـوث الإعلاميـة الـتي تهـتم بمعرفـة الجمـاهير المتلقيـة للرسـائل الإعلامية.

ويستعرض "د. عزت حجار" أهم سمات الإعلام العربي في بحثه (الدراسات الإعلامية الميدانية الجديدة في مجال تفاعل الجماهير مع وسائل الإعلام).

إن أول ما يميز واقع الإعلام عربياً هو اختلال التوازن في تدفق المعلومات على صعيد القطر الواحد ثم على الصعيد القومي ككل،

وثانياً انعدام أو ضعف البنية الأساسية للاتصال(شبكة المواصلات– منافذ التوزيع– المطابع– صناعة الورق– انتشار الإعلام..)

وثالثاً تعدد الموانع القانونية وهذا مرتبط أساساً بطبيعة الأنظمة السياسية التي لا تعتمد في أغلبية الدول العربية على قاعدة المشاركة والتتابع الديمقراطي،

ورابعاً قلة الموارد البشرية ممثلة بقلة الأطر البشرية المهيأة، علمياً من صحافيين ومخططين وإداريين وإعلاميين...الخ.

كما يضاف إلى هذه السمات بعض القضايا المنتشرة في الوطن العربي كأمية. واختلال التوازن بين المدن والأرياف، وندرة القراءة والكتابة، وانعدام صناعة وطنية لوسائل الإعلام.

- دخول الإعلام العربي بشكل أولي مرحلة الإعلام المتخصص. بوصفه تطوراً طبيعياً للسباق المعرفي والتاريخي والاجتماعي. وذلك مع تزايد الحاجات الإعلامية لمختلف الشرائح والطبقات الاجتماعية، واتساع حلبة المنافسة في المجتمع، وتشابك الأحداث السياسية والاقتصادية في عصرنا الحالي[1].
- الإعلام العربي لم يساهم بوعي وديمقراطية كاملتي في النشاط، كون هذا الإعلام بقي ملتزماً جانب مؤسسات الدولة ومصالح هذه الدولة أو تلك الخاصة والعامة، وذلك مرده حقيقةً على تدني العلاقات القومية بين الدول

(1) د. جمال الجاسم المحمود،"دور الإعلام في تحقيق التنمية والتكامل الاقتصادي العربي"، مقال، في مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية– المجلد 20 العدد الثاني،2004،ص252 وما بعد..

العربية وحلول الإقليمية محلها، حيث أصبحت كل وسيلة إعلامية عربية تنطق بلسان حال التوجه السياسي والاقتصادي والاجتماعي للدولة التي تنتمي إليها فقط...

تحديات الإعلام العربي:

تعترض مسيرة الإعلام العربي تحديات مهنية، وتكنولوجية، وثقافية.

التحديات المهنية: وتحتل جانباً مهماً في تقدير الإعلاميين لارتباطها بواقع المهنة والتشريعات الناظمة لها، بالإضافة إلى مجمل الخطط الإعلامية. فهي تتمثل بالضغوط المهنية والإدارية التي تؤثر في بيئة العمل الإعلامي سواءً من ناحية مشاركة الإعلاميين في وضع السياسات الإعلامية وصنع القرار، أو مستوى الأداء وعلاقات العمل وغياب المعايير الموضوعية لقياس الأداء المهني. وعدم توافر ضمانات لممارسة المهنة من خلال التشريعات التي تحقق الحماية المهنية للإعلاميين. وعدم مواكبة عصر المعلومات، علاوة على استمرار أنماط الكتابة الصحفية التي تميل إلى المعالجة السطحية، والمبالغة، والإثارة.

التحديات التكنولوجية:ويعد تحدياً صعباً نظراً لقلة الموارد المالية لدى معظم الدول العربية وامتلاك بعضها الآخر لجزء من التكنولوجيا ذات الطابع الاستهلاكي الترفيهي.

التحديات الثقافية: ويُعد تحدياً خطيراً نظراً لرغبة الدول الكبرى في فرض سياساتها وثقافاتها على الآخرين وتحويل ثقافة هؤلاء إلى جزئيات ثقافية مبعثرة.

أيضاً هناك عوائق إعلامية عربية تعترض مسيرة الإعلام العربي:

- يتمثل في الطابع القطري أو المحلي لوسائل إعلام كل دولة.

- وفي عدم وجود اتفاقيات للتعاون الثنائي أو الجماعي بين هذه الوسائل الإعلامية العربية، وإن وجدت فإنها لا تطبق إلا فيما ندر....

خطورة بعض وسائل الإعلام الأجنبية:

مما لا شك فيه، إن الخطورة التي تمثلها وسائل الإعلام الأجنبية، وخاصة تلك التي تبث أو تطبع باللغة العربية، كبيرة جداً لأنها وحدها التي تقوم بمهمة الربط الإذاعي والتلفزيوني والمطبوع بين العرب..وإذا أخذنا بعين الاعتبار التطور الحاصل في تقنية البث التلفزيوني والإذاعي وشبكات الكومبيوتر والانترنت عن طريق الأقمار الصناعية، نلاحظ كيف تقوم وسائل الإعلام الأجنبية هذه بإحكام طوق التبعية الإعلامية على نحو لم يسبق له مثيل على مجمل الوطن العربي والعمل على انهيار كل سدود المن الإعلامي العربي القومي والقطري معاً بشكل مدو... ومن ثم دس السم في الدسم في المادة المبثوثة، ومحاولة طرح قيم وأفكار جديدة تصب في معظمها في صالح الاحتكارات الأجنبية وتجعل الوطن العربي سوقاً استهلاكية على الصعد الفكرية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية كافة.مما نلاحظ أن الدول الأجنبية تركز على الإعلام أكثر من تركيزها على السلاح، وبالتالي لاحظت خطورة الإعلام المعاصر في عملية تشكيل الوعي أو تغييبه، كما أن هذه الدول خاضت وما زال تخوض معظم حروبها بشكلها الرئيسي حرباً إعلامياً. ولعال أبرزها حرب الخليج الأولى والثانية واجتياح بنما والحروب العربية الحالية، ...الخ وتعمل اليوم الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا تحديداً، على تجييش العالم كله لخدمة مصالحها من خلال تسليط وسائل الإعلام على كل من يعادي السياسية الأمريكية الجديدة، تمهيداً لتغييب الوعي وإيجاد مبررات الغزو السكري والحروب الطاحنة.

ما هو المطلوب من الإعلام العربي؟ وما هي أسباب ضعف الإعلام العربي؟ ومن ثم كيف نواجه الإعلام المعادي[1]؟

ما المطلوب من الإعلام العربي؟

الإعلام العربي بحاجة إلى أن تكون مجتمعياً أكثر ينطق بلسان تعدد القوى السياسية والاجتماعية ويخدم مصالح جماهير الأمة الأكثر اتساعاً.... ومهمته الأكبر تتجلى ليس فقط في تصدي لغزو الإعلام الخارجي المعادي، ولا سيما في شكليه الأمريكي والصهيوني أو المتصهين، بل أيضاً مهمة قومية حضارية تتمثل في تكوين رأي عام عربي يصدر عن وجدان مشترك وينبض بنبض حساسية مشتركة، وفي بناء الشخصية العربية الواحدة وصون مقوماتها وتطوير بناها، وفي إذكاء الشعور القومي ووحدة التعاطف العربي في زمن طغت فيه النزعة القطرية واستعرت فيه الأهواء التفتيتية وكاد منطلق التجزئة أن يغلب منطق الوحدة..

إن إعلاماً عربياً، وحدوي الإطار والهدف والجمهور، هو اليوم ضرورة مطلقة يمليها إفلاس الإعلام القطري السائد والإيديولوجيا القطرية، ويمليها التقدم المذهل في تقنيات الاتصال التي باتت تكتسح الحدود القومية، وتمليها حاجة الوعي العربي إلى أن يتبلور على أسس إيديولوجية صحيحة... أسس متلاحمة من الوحدة القومية والتعددية الديمقراطية والمعرفة العقلانية... فهو عصر الإعلاميات بلا شكل، لذلك لا خيار أمام العرب إلا مواجهة تحدي العصر. ويجب على العرب التحرر من الإيديولوجيات المحلية وبناء إيديولوجيا قومية واحدة لكل أبناء الوطن العربي الكبير فهذه هي التي ترضيهم وتغزو توقهم إلى الانتماء..واليوم أصبحنا صراع وجود أكثر منه حدود، وليس هناك سلاح حضاري قوي ورئيسي في أتون هذا الصراع الوجودي العربي– الصهيوني وفي الصراع الحضاري العربي– الإمبريالي سوى توظيف الإيديولوجيا القومية العربية في خدمة الجماهير العربية، وليس غير وسائل الإعلام العربية قادراً على نقل ونشر هذه الإيديولوجيا القومية بين أفراد أمة

(1) د. تركي صقر، الإعلام العربي، مرجع سبق ذكره، ص 150 وما بعد..

العرب..إن عملية التغيير والتطوير أصبحت ضرورية وملحة في الوطن العربي، وذلك بتغيير بنى وسائل الإعلام وطرق محاكاتها للجماهير وذلك للخروج من دائرة التخلف والإتكالية والتبعية كواسطة تعبير ومطالبة أساسية في النضالات الجماهيرية من اجل وحدة الأمة ومن اجل الديمقراطية والحرية والمساواة بين مواطني الأمة...

أسباب ضعف الإعلام العربي:

لعلّ من أسباب ضعف الإعلام العربي هو:

عدم وجود إعلام عربي مشترك ولا حتى تعاون إعلامي عربي إلا في نطاق محدود للغاية..

إضافة إلى غياب أجهزة إعلام عربية متخصصة تساعد على عدم إعطاء المجال الإعلام الخارجي ما يستحقه من أهمية ومن ضرورة تقنية ضمن مقتضيات المصلحة العربية.

كما يجب إعادة النظر بالعلاقة بين الإعلام العربي والرأي العام العربي وتحويل الإعلام العربي من إعلام إقليمي وترفيهي في معظم إلى إعلام قومي توعوي لكي يخلق جماهير متجاوبة مع القضية العربية وسد الطريق على الإعلام الصهيوني والغربي الذي يحاول الاصطياد في المياه العكرة خدمة لأهدافه التوسعية والعدوانية..

إضافة إلى ذلك، يجب على وسائل الإعلام العربي أن تولي اهتماماً كبيراً لمواضيع السياسة الدولية أكثر من اهتمامها من السياسة الداخلية وبث برامج تخصصية على المبدأ القائل: "اعرف عدوك"..

تمكن اللوبي الصهيوني واليهودي العالمي من شراء الضمائر الصحفية والإعلامية الغربية وحتى الوسائل الإعلامية الضخمة، ومن ثم توظيفها لخدمة الصهيونية العالمية في الوقت الذي غاب فيه العرب بكل ثقلهم المادي والديمغرافي عن شراء وسائل إعلامية مؤثرة في العالم تستطيع أن توضح الصورة الصحيحة والمشرقة للأمة العربية والوجه الحضاري للإنسان العربي وقضاياه المبدئية والعادلة أمام العالم بعد أن شوهها الإعلام الصهيوني وحط من قدرها..

إذاً لا بدّ من استراتيجية إعلامية عربية لمواجهة الغزو الإعلامي الغربي والدعاية الصهيونية، استراتيجية تتصف:

بفعالية حقيقية تكشف الزيف الصهيوني الذي بنته آلة الدعاية الصهيونية في العالم وتظهر الحق العربي بأبهى صوره..

أصبح واضحاً أن سلاح الإعلام الآن أمضى من سلاح الرصاص والمدافع...

إذاً لابدّ من الرد على الهيمنة الغربية على وسائل الإعلام المعاصرة ببناء وسائل إعلام عربية مستقلة بكافة أسسها وكوادرها عن المنظومة الإعلامية الغربية..

فمن المعيب أن يكون للوكالات العالمية الدور الأكبر في نقل أخبار أقطار الوطن العربي وإعادة بثها إلى هذه الأقطار بينما تعجز الوكالات العربية عن أداء ذلك.

كيف تواجه الإعلام المعادي؟

- يجب عدم اعتماد إلى حد كبير على البرامج المستوردة وخاصة من الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا والغرب إلا التعليمية والتثقيفية منها.
- توظيف وسائل الإعلام وتقنياتها بشكل أمثل في خدمة الهم القومي العربي.

- ومحاولة كسر الحواجز القطرية ببث اللغة العربية الفصحى في البرامج الموجهة وإلغاء اللهجات المحلية التي تعمق هذه الحواجز..
- يقع على عاتق وسائل الإعلام العربية أيضاً ملاحقة وسائل الإعلام الغربية بالتصحيح فيما ينشر عن الوطن العربي من افتراءات..
- إن الإعلام هو أحد الأسلحة الأساسية في عالمنا المعاصر، وهو أشد قوة وأشد فتكاً بمجتمعنا العربي والإسلامي من أي سلاح آخر.

ومن هذا المنطلق على الإعلام العربي أن يتحمل مسؤولياته ويتصدى للمؤامرات التي تحاك ضد الأمة العربية والإسلامية، ولن يتم ذلك إلا من خلال التغلب على المعوقات الذاتية والمعوقات الاجتماعية والمعوقات التاريخية وملء الفراغ الثقافي والإعلامي في الوطن العربي بأسس متينة تؤكد الوعي السليم وتلغي التجهيل بكافة صوره..

أسئلة الفصل الخامس عشر
Question Of Chapter (15)

- السؤال الأول: ما هي الإشكالية التي يتسم بها الإعلام العربي في الوطن العربي، وما هي علاقة الإعلام العربي بالجماهير (وضح ذلك).
- السؤال الثاني: تعترض مسيرة الإعلام العربي تحديات مهنية، وتكنولوجية، وثقافية.(ناقش هذه التحديات).
- السؤال الثالث: وضح خطورة الإعلام الأجنبي على الواقع العربي بشكل والصراع العربي – الإسرائيلي بشكل خاص.
- السؤال الرابع: نلاحظ أن الدول الأجنبية تركز على الإعلام أكثر من تركيزها على السلاح (ما رأيك).
- السؤال الخامس: ما هو المطلوب من الإعلام العربي؟ وما هي أسباب ضعف الإعلام العربي؟ ومن ثم كيف نواجه الإعلام المعادي؟.

الفصل السادس عشر

العولمة الإعلامية والبيئة

الفصل السادس عشر

العولمة الإعلامية والبيئة

1) نشوء العولمة وأسبابها:

خلال العقد الأخير من القرن العشرين انشغل العالم بثلاث قضايا كبرى هي (د. منذر خدام؛2003، ص134– 135)

- قضية التحولات التي جرت في الاتحاد السوفيتي السابق ودول أوروبا الشرقية، وعرفت هذه القضية تحت عنوان (البيريسترويكا).
- وقضية الديمقراطية وحقوق الإنسان، التي شكلت الشعار السياسي والإيديولوجي التي خاضت تحته الدول الغربية ومعركتها ضد الإتحاد السوفيتي وحلفائه.
- اما القضية الثالثة فهي قضية العولمة (M0ndialization) انها سؤال العصر الراهن، العصر الذي يشهد التحولات الكبرى في الحياة المادية والفكرية للناس، عصر يزداد فيه العالم ترابطاً بصورة لم يعرفها من قبل ويحصل ذلك بوتائر سريعة مألوفة، إنه عصر الثورة العلمية الثقافة التكنولوجية" عصر عولمة الرأسمالية[1].

حيث أصبحت العولمة (M0ndialization) والكوكبة أو الكونية Globalization من أكبر الكلمات استخداماً في الأدبيات المعاصرة. وأنها نشئت لعدة أسباب، منها[2]:

أ. التطور التكنولوجي الهائل وخلال فترة زمنية قصيرة.

ب. ظهور التكتلان الاقتصادية العالمية العابرة للقارات.

(1) د. منذر خدام،" العولمة وطبيعة العصر"، مجلة المعرفة، العدد (476)، أيار،2003، إصدار وزارة الثقافة،دمشق، ص(134– 135).

(2) باسم غدير غدير،" الاقتصاد المعرفي..نحو نمط اقتصادي جديد،"، دار المرساة،اللاذقية – سوريا، 2001.

ج. ومن العوامل التي دفعت شراع العولمة في العقد الأخير من القرن العشرين

كما يقول البروفسور إسماعيل شعبان:"انهيار أنظمة التخطيط المركزي والإقليمي في البلدان الاشتراكية الأوروبية التي كانت تسعى للاقتصاد الذاتي ضمن الجدار الحديدي القطري أو الإقليمي، وتمركز السلطات العالمية في يد مؤسسات تقع على الأراضي الأمريكية والخضوع لإرادتها مثل: صندوق النقد الدولي (البنك الدولي)، مجلس الأمن، التكتلات الاقتصادية الكبرى، وأخيراً منظمة التجارة الدولية...الخ[1].

إن الأنظمة الاشتراكية وضمن ظروف التخطيط المركزي وتباين مفاهيم المحافظة على الثروات والمواد الأولية، والابتعاد عن الاستغلال والاستفادة من القيمة الزائدة (فضل القيمة) كان لها اكبر الأثر في وضع العصا في دولاب الانفتاح على العالم بغض النظر عن إيجابياته أو سلبياته.

كما أن لتمركز السلطات العالمية في أمريكا أكبر الأثر أيضاً في تبني الرأسمالية لمشروع العولمة والانفتاح على الآخر. وهذا الجدول يبين تفاعل العولمة مع معطيات المجتمع[2]:

الجدول رقم (1) تفاعل العولمة مع معطيات المجتمع

معطيات المجتمع	انفتاح وتفاعل مع العولمة	انغلاق عن العولمة
مجتمع مهيأ اقتصادياً فقط	نهضة اقتصادية وذوبان حضاري	نمو اقتصادي بطيء وانفصال حضاري
مجتمع مهيأ اجتماعياً فقط	انفتاح اقتصادي وتكامل حضاري	تهافت اقتصادي وركود حضاري
مجتمع غير مهيأ بتاتاً	تهاوي اقتصادي وخضوع حضاري	تهافت اقتصادي وانهزام حضاري
مجتمع مهيأ اقتصادياً واجتماعياً	نهضة اقتصادية وتكامل حضاري	نمو اقتصادي بطيء وانعزال حضاري

(1) ا.د. إسماعيل شعبان"أبعاد العولمة المعاصرة وأخطارها"، مقال في جريدة الجماهير، حلب، سوريا،2001/5/20

(2) الجار الله. جار الله،الشواف،ناصر،" العولمة وتحديات المستقبل"، جريدة الرشاد، العدد 9، السنة الخمسة، تموز2000.

2) **تعريف العولمة:**

- وقد تم تعريف العولمة من الدكتور (مصطفى محمد العبد لله؛1999؛ ص6)[1] على" أنها إكساب الشيء طابع العالمية، وجعل نظامه وتطبيقه عالمياً، وأضحت ظاهرة العولمة الهاجس الطاغي في المجتمعات المعاصرة، فهي تستقطب اهتمام الحكومات والمؤسسات ومراكز البحوث ووسائل الإعلام".
- تعريف دونالد روبرتسون يعدُّ من أهم التعريفات وأقدمها، فهو يقول: بأن "العولمة هي اتجاه تاريخي نحو انكماش العالم وزيادة وعي الأفراد والمجتمعات بهذا الانكماش".
- أما مالكوم واترز– مؤلف كتاب العولمة– العولمة بأنها "كل المستجدات والتطورات التي تسعى بقصد أو بدون قصد دمج العالم في مجتمع عالمي واحد".
- أما كينشي أوهماي فإنه يعتقد أن: "العولمة هي زيادة حجم وجود العالمي المحلي وبما يسمح لاحقاً ببروز المجال العالمي كبديل للمجال الوطني"[2].
- بينما يعرّفها الدكتور جلال امين[3] بأنها" ازدياد العلاقات المتبادلة بين الأمم سواء المتمثلة في تبادل السلع والخدمات أو من انتقال رؤوس الأموال، أو في انتشار المعلومات والأفكار، أو في تأثر أمة بقيم وعادات وغيرها من الأمم".

من أوائل من تحدث عن هذه العولمة عالم الاجتماع الكندي والأستاذ في جامعة تورنتو مارشال ماك لوهان عندما صاغ في نهاية الستينات مفهوم القرية العالمية.

أصبح من يملك سائل إعلام أكثر قدرة وإنتشارا يملك توجيه الرأي العام على النطاق العالمي بأسره.

---

(1) د. مصطفى محمد العبد الله، " العولمة الاقتصادية وآثارها في البلدان العربية، مقال لمجلة بناة الأجيال، العدد (32) تشرين الأول، 1999،ص6.

(2) مجموعة المؤلفين،" العولمة ظاهرة العصر"، عالم الفكر، المجلد،(28)، العدد(2/16/الكويت،1999.

(3) د. جلال أمين،" العولمة والدولة"، ملف العرب والعولمة، المستقبل العربي، بيروت، العدد(228)،1998،ص23

3) واقع العولمة الإعلامية[1]:

في عصر العالم المعولم، والأهم في عالم الإعلام الراهن أن وسائل الإعلام والاتصالات أصبحت جماهيرية بمعنى أن فعل الانتشار والتعميم هو السائد فيها.

فالاتصال الجماهيري أضحى يشكل جوهر الحياة المعاصرة وروحها بعد أن ارتقت وسائل الاتصال العالمية إلى الذروة في التطور التقني.

ويمكن إيجاز السمات الغالبية على العولمة الإعلامية بما يلي:

أ. وجود الوسيلة الإعلامية التي تتخطى حدود الزمان والمكان وقادرة على الانتشار السريع وتتصف بالسرعة اللحظية والتعميم في كل الاتجاهات فهي لم تعد تنقل رسالة إلى المرسل فقط وإنما لمن يشاء أن يلتقطها عبر الفضائيات وشبكات الانترنت والدخول لهذه القنوات للتفاعل معها بما يعرف حالياً الإعلام العولمي التفاعلي، فالمشاركة الواسعة للناس هي السمة الواضحة للإعلام الحديث إذا لم يعد الفرد مجرد متلقي فقط أو منفعل بالحدث وإنما هو مشارك وفاعل ومقرر أحياناً وصاحب وجهة نظر يقولها على الفور، فالإجابة للتو هي الفرصة المتاحة للجميع، وباختصار فإن العولمة الإعلامية قد نقلت العالم إلى مرحلة جديدة متقدمة في الاتصال وبث المعلومات التي أصبحت متاحة لمن يريد دون قيود أو حدود فالرسالة وعلى عكس ما كان سابقاً تصل إلى أبعد من مرمى نظر المراسل وأبعد من المسافة التي يصل إليها الصوت البشري والوسيلة الإعلامية تحمل من يريد صاحبها إلى كل أنحاء العالم خلال أجزاء من الثانية.

ب. إن الميزة الثانية للعولمة الإعلامية هي أن لغتها الأساسية هي اللغة الإنكليزية التي كادت أن تحول لغة العالم إلى اللغة الإنكليزية وأضحى من لا يتكلم بها

---

(1) د. تركي صقر، "عولمة الإعلام بين تصادم الهويات وتفاعلها: مقال في مجلة المعرفة، العدد(504) أيلول/2005م، وزارة الثقافة دمشق، ص29 وما بعد

أو يستخدمها في عداد الأميين ويكفي أن نورد الأرقام والنسب التالية للتأكد من هذه الظاهرة:" إن 88٪ من معطيات الانترنت تبث بالإنكليزية مقابل 9٪ بالألمانية و2٪ بالفرنسية و1٪ يوزع على اللغات العربية[1].

ج. إن العولمة الإعلامية هي الحامل والرافعة الأساسية للعولمة الاقتصادية وهي لا تتحرك ولا تتنفس إلا بأوامر من أصحاب الشركات الاقتصادية العالمية الكبرى، ومعروف أن العولمة الاقتصادية تحتاج إلى عولمة إعلامية من أجل الإعلان عن السلع والمنتجات وفتح أسواق في مختلف أرجاء العالم وإشاعة نظام التحرر الرأسمالي العالمي، فلقد اتسع حجم عولمة الاقتصاد مع بداية التسعينيات نتيجة الترابط الذي احكم بين رؤوس الأموال العالمية من جهة وبين أسواق المنتوجات والخدمات العالمية من جهة ثانية وبرزت منظمة (الغات) لتنظيم حرية تنافس رؤوس الأموال والإلغاء التام للحواجز والقيود والتي تعترض تنقلها وتدفقها على الأسواق. وبات العالم وليس وسائل الإعلام فقط تحت رحمة مئتي مؤسسة اقتصادية هي شركات متعددة الجنسيات تتحكم في الاقتصاد العالمي كله.

د. إن العولمة الإعلامية بما تمثله من وسائل الاختراق إلى كل مكان وإلى كل عقل قادر على عولمة الإنسان في كل مجال متحدية قدرة خصوصياته القومية والفردية على الصمود في وجه مدها الواسع واضعة مناعته الذاتية موضع اختبار عسير. وعليه فإنه "على سمع العالم وبصره وفي غفلة من بعض فصائله المهمشة تجري عولمة الإعلام والعلم والتكنولوجيا والثقافة والملكية الفكرية تواكبها محاولة عولمة القيم والأخلاق وأنماط العيش ومناهج التفكير، وفي ظل هذه العولمة الشاملة يُراد أن تتعولم الهويات والخصوصيات كذلك"[2].

ه. إن العولمة الإعلامية لم تعد خياراً قابلاً للتبني أو الرفض بل هي حتمية لا مناص منها ولذلك نجد أن أصحاب النظام العالمي الجديد يضعون البلدان النامية أمام خيارين لا ثالث لهما إما القبول بهذه العولمة وتلقي معطياتها أو

(1) العولمة والهوية – الصادر عن أكاديمية المملكة المغربية عام 1997،ص135.

(2) العولمة والهوية، المرجع السابق،ص123.

البقاء على حالة التخلف والجمود، فالعولمة بمعناها العام بحسب نظريتهم هي أقرب الطرق وأجداها لتحقيق الحداثة الاجتماعية والسياسية والفكرية للعالم المتخلف وهي أنجع الوسائل للوصول بسرعة إلى التنمية الشاملة لأنها وحدها القادرة على تأهيله اقتصادياً وبالتالي فكرياً واجتماعياً وثقافياً.

ويؤكد هؤلاء:"إن العولمة هي السبيل الوحيد إلى تنمية عالم بلا حدود اقتصادية عالم لا يسوده إلا قانون السوق.. ويضيفون: "إن الدول الصغرى لم يعد بإمكانها أن تستغل تناقضات الكبار كما كانت تفعل أثناء الحرب الباردة، وإن الانفتاح السياسي الذي تحقق بين العالم بعضه على بعض لا ينفصل عن الانفتاح الاقتصادي، فهما معاً أساسيان في مفهوم العولمة، لذلك تربط الولايات المتحدة بينهما ربطاً عضوياً وترهن تعاونها مع الغير بدى احترامه والتزامه بالانفتاحين معاً"[1].

4) القرية العالمية ومفهوم عولمة الإعلام:

تنبأ العالم الكندي لوهان أن الولايات المتحدة ستخسر حرب فيتنام، حتى وأن لم تفشل على الصعيد العسكري وهذه الفرضية أو التنبؤ الذي قال به لوهان يستند إلى أن الحرب الفيتنامية قد تحولت إلى حرب تلفزيونية والتلفزيون بدوره قد حول العالم إلى قرية عالمية وسكان هذه القرية لن يسمحوا للولايات المتحدة في مواصلة قصف فيتنام إلى مالا نهاية، أي أن وسائل الإعلام ومنها التلفزيون الذي يمتلك التأثير الأقوى على الناس لتعامله بالصورة والصوت والإشارة ينقل لسكان القرية العالمية لحظة بلحظة هول الحرب وجرائمها البشعة ويجعل هؤلاء السكان يتضامنون ضدها وضد مسببيها، وهذا يولد مشاعر العداء الفاضح لأمريكا، وخاصة من داخل أمريكا نفسها وسيؤدي في النتيجة إلى تأليب الرأي العام العالمي والأمريكي ضد الإدارة الأمريكية وإجبارها على إيقاف الحرب.

---

(1) المرجع السابق نفسه، ص 129.

ويقول ماك لوهان:

إن عولمة الإعلام عن طريق وسائل الاتصال والتواصل جعلت من الكرة الأرضية قرية صغيرة وأصبح الإنسان يحيا في فضاء عالمي بلا حدود يعيش لحظات أفراحهم وأتراحهم لحظة وقوعها ويشاهد بعينه كل يوم صورة واضحة المعالم والقسمات عن نظيره في كل مكان.

ومما لا شك فيه أن دور الانترنت أساسي في هذه العولمة كما أن تطور الهواتف النقالة جعل الإنسان أسير هذه الثورة العالمية التي تتحكم في مسيرتها شركات الاتصال والتواصل وتقوم وسائل الإعلام العولمية بدور بالغ في هذا التكامل.

5) إرهاصات العولمة السياسية والاقتصادية والتكنولوجية والبيئية والإعلامية:

العولمة بالمفهوم المعاصر (الأمركة) ليست مجرد سيطرة وهيمنة وتحكّم بالسياسة والاقتصاد فحسب، ولكنها أبعد من ذلك كثيراً، فهي تمتد لتطول ثقافات الشعوب والهوية القومية والوطنية، وترمي إلى تعميم أنموذج من السلوك وأنماط أو منظومات من القيم وطرائق العيش والتدبير، وهي من ثم ولا يخلو ذلك من توجه استعماري جديد يتركز على احتلال العقل والتفكير وجعله يعمل وفق أهداف الغازي ومصالحه. وأكدّ ذلك الرئيس الأمريكي السابق جورج بوش حين قال: في مناخ الاحتفال بالنصر في حرب الخليج الثانية: "إن القرن القادم سيشهد انتشاراً للقيم الأمريكية وأنماط العيش والسلوك الأمريكي". وهذا ما يفسر عولمة السياسات وتوجيهها باتجاه أسلوب واحد، ونمط واحد هو نمط القوة الأكبر في العالم وكان مصدر هذه العولمة فكرة "القرية العالمية" التي أطلقها لوهان، وكان بريجنسكي مستشار جيمي كارتر من عام 1977– 1980 أول من امسك بطرف الخيط وحاول تحويل هذه الفكرة لصالح الولايات المتحدة، واعتبرها فرصة أمام أمريكا لتقدم للعالم نموذجاً كونياً للحداثة، وانطلق بريجنسكي من أمريكا تملك القدرة على تسويق ذلك لأنها تسيطر على نحو 65٪ من التدفقات الإعلامية

العالمية في ذاك الوقت الذي أطلق عليه بريجنسكي "العصر التكنوتروني" الذي يعني عصر تكنولوجيا الإلكترونيات وفي مقدمتها تقنية الاتصالات، وبذلك تتحول الولايات المتحدة إلى قطب وحيد يسيطر على الرأي العام العالمي.

لاشك إن أهم مخطط تطرحه الولايات المتحدة هو العولمة السياسية وجعل العالم وحدة سياسية تحت القيادة الأمريكية مع وضع هامشي وروتيني للأمم المتحدة، ويشكل ضياع الاقتصاد العالمي الدعم اللوجيستيكي للماكينة العسكرية من اجل سيطرة اكبر على عالم بلا حدود مفتوحة أسواقه أمام بضائعهم، وشعار مبشرو العولمة حينئذ هو تحول العالم إلى قرية كونية يشعر الإنسان أينما حل خارج حدوده الوطنية بأنه معترف به ومقبول وهذه هي المواطنة العالمية كما يدعون

- وعلى الصعيد الاقتصادي تتم من خلال القدرة الاقتصادية المتوفرة لدى الولايات المتحدة تدويل عملية الإنتاج وجعل الاقتصاديات ذات الأحجام الصغيرة، بما فيها اقتصاديات الدول القطرية، عاجزة عن الارتقاء إلى مستوى الاقتصاد العالمي العملاق الذي تتحكم به الشركات المتعددة الجنسيات، كما جرى تدويل أسواق المال العالمية وحركة رأس المال في أسواق البورصة العالمية، وتدويل السياسات المالية والاستثمارية من خلال التأثيرات الكبيرة لآلية عمل صندوق النقد الدولي والبنك الدولي في الحياة الاقتصادية الدولية، وبلغت العولمة في الجوانب السياسية والاقتصادية حداً عالياً عندما عقدت عدة مؤتمرات بإشراف الأمم المتحدة، كالأمن والتسليح وحقوق الإنسان والبيئة وغيرها. إن رعاة العولمة قد جندوا كافة الوسائل السياسية والثقافية والإعلامية من أجل جعل العالم ذو ملكية خاصة لذلك اتخذ الأمر إبعاداً جديدة ونمت ظواهر غريبة بدأت تشكل نفسها من خلال النمو المتزايد لعالم المعلومات الالكتروني.
- الإعلام المدموج: الذي أخذ يتحد بقوة لفرض قيمه ونفوذه هو أهم إرهاصات العولمة، فقد تحول الأعلام إلى أداة محتكرة بيد مجموعة من الأشخاص يرسمون الحدث قبل أن يقع ويخلقون القيم والأخلاقيات التي تتناسب مع

مصالحهم فاليوم أشخاص مثل تيد تيرنر أو روبرت مردوخ هم من يحكم العالم من كاميرات التلفزيون وشركة مثل ديزني هي التي تصنع طفولة الأطفال بقيم مثل الجنس والعنف والانتهازية. هذا الأعلام العابر للقارات يصعب مواجهته لأنه يملك إمكانات هائلة تجعله مسيطرا فعلى سبيل المثال فأن إعلان تلفزيوني واحد عابر للقارات يكلف ما يكلفه في المتوسط فيلم سينمائي أوروبي.

إن العالم الغربي هو الذي يقود بالنتيجة مسيرة العولمة نحو اتجاه يمثل مصالحه وأهدافه الخاصة لأنه يمتلك المنبع المعلوماتي الذي يغذي ويرفد العالم بالمعلومات وهذا يجعله المسيطر ويجعل الآخرين تابعين، فالمعرفة العلمية تمثل 80٪ من اقتصاديات العالم المتقدم وال 20٪ الأخرى تذهب إلى رأس المال والعمالة والموارد الطبيعية والعكس صحيح بالنسبة للدول النامية وهذا ما يجعلها تحت تأثير التبعية.

- هذا ويمكن القول بان أثر العولمة في البيئة Environment تأتي بتحديات من ناحية حفظ التنوع البشري ولا ينحصر ذلك في التنوع البيولوجي لكوكبنا بل يشمل تنوعنا الثقافي إذا أن هناك رباط وثيق بين الاثنين.

وتقول الدكتورة المهندسة "بريمو ميسون" في كتابها" التنمية المستدامة وتحديات البيئة" علينا أن ندرك أنه إذا فرطنا بشيء من هذه المعارف والخبرات الهائلة فإننا نخسر جوهر الذخيرة الإنسانية لأن قدرة الإنسان على الاستجابات تقل وبالتالي تتراجع مقدرته في التصدي للمشاكل التي تواجه البشرية أو على الأقل التكيف مع تلك المشاكل وعلى رأسها المشاكل البيئية.

ولا يمكن إلا أن أضيف أن تراجع التنوع الثقافي وغناه ينعكس على الاستقرار والأمان والمرونة داخل كل مجتمع تمثله العلاقة بين الأفراد وبين ذلك المجتمع من ناحية وبين المجتمع والمجتمعات الأخرى من وجهة آخر.من هنا تبرز

أهمية الشراكة لحل المشاكل البيئية التي ندعو إليها بين أصحاب الإقليم الواحد. وترى لزاماً علينا أن نحافظ على موروثنا الحضاري والثقافي العربي وكل مدلولاته لحفظ التنوع الحقيقي اللازم لأمتنا العربية.

ومن هنا يأتي دور حكومة الجمهورية العربية السورية الرشيدة في رفع درجة الوعي الثقافي اللغوي المعلوماتي في الجيل لأن ذلك يرسخ ثبات الأمة على حل مشكلاتها وأولها القضية البيئية[1].

6) العولمة والإعلام العربي:

من غير الجائز أن نذكر العولمة وتأثيراتها دون أن نأتي على ذكر العربي وموقعه من هذه العولمة التي أضحت سمة العصر الذي نعيش، هنا تطرح جملة من الأسئلة:

- أين يقف الإعلام العربي من قضية العولمة؟
- هل هو منفعل بها أم أن دوره دور المتلقي والناقل لأفكارها؟.
- أم أنه أيضاً دور التابع تبعية تامة لمساراتها وأهدافها؟.

والسؤال الآخر هل يستطيع الإعلام العربي أن يكون على الأقل فاعلاً ومنفعلاً في تيار العولمة يأخذ ويعطي، يتلقى ويرسل، يقدم خصوصية الأمة ويعرض هوية العرب ويظهر ثقافاتهم وحضارتهم.

يبدو أن الإعلام العربي يعيش مرحلة من العجز لأنه طري العود وتابع ولاهث وراء استيراد التقنيات والتجهيزات والبرامج والمنظومات وعدا عن ذلك كله ينطلق من خطاب إعلامي مقولب ويستمد مضمونه من سلطات ليست ديمقراطية بل معظمها وراثي وقمعي واستبدادي، وهذا يجعل الخطاب الإعلامي بارداً لا روح ولا حيوية فيه، يغلب عليه الطابع الرسمي الوظيفي وتطغى عليه اللهجة

(1) د. م. بريمو ميسون،" التنمية المستدامة وتحديات البيئة"، 2003،ص202– 205.

البروتوكولية حتى انه يسمى"إعلام استقبل وودع" لكن الخطر في تأثير العولمة الإعلامية على النفسية العربية هو ما تقوم به الفضائيات من تخدير وتنويم لمعظم السكان العرب الذين بالأساس لا يقيمون وزناً للوقت ويهدرون الزمن بلا حساب ويعرقلون بأوقاتهم ولا يعرفون كيف ينصرفون بها. إن أكثر ما يشكل خطيراً كبيراً على العرب هو ان العولمة الإعلامية قد أدخلتهم في مرحلة من الاجترار لمعطيات الغير وخطاب الغير وأفكار الغير وحتى إحلال ثقافة الغير محال ثقافتهم وقيم الغير محل قيمهم ما أمكن.

أي أن الدول العربية تعيش حالة من التبعية الإعلامية الببغاوية القائم على التقليد، قد أصبحت تملأ الفضاء العربي غرباً وشرقاً وهذا ما تهدف إليه هيمنة القطب الإعلامي الأوحد في العالم الذي يسعى إلى تنميط الشعوب وأخذها إلى حيث النمط الحديد والأسلوب الجديد في الحياة وطغيان هذا الأسلوب على كل ما عداه وما يتبع ذلك من حاجة دائمة للمركز أو القطب الواحد الذي يضخ الأفكار والإعلانات وقيم العيش ونمط وأسلوب الحياة الجديدة وتحويل الجميع في النهاية إلى سوق استهلاكية يتحكم فيها هذا القطب الواحد.

والسؤال الكبير المطروح ما هو الحل؟.

وهنا نقول باختصار: أن على الإعلام العربي لكي يكون مؤثراً ومستفيداً من المعطيات الإيجابية للعولمة وقادراً على نبذ سلبياتها وإيضاح هذه السلبيات للمواطن العربي، أن يكون مجتمعياً وان ينطق بلسان تعددية القوى السياسية والاجتماعية ويخدم مصالح الشرائح الأوسع للمجتمع لا أن ينحصر خطابه في التعبير عن مصالح فئة أو سلطة أو رئيس أو ملك، وعلى الإعلام العربي أن يتحرر من القيود الرسمية والوظيفية القاتلة وان يميل دوماً إلى تحبيذ الحوار وحرية الرأي والتعبير وصوغ خطاب إعلامي متكامل يتضمن كل وجهات النظر في المجتمع الذي يصدر عنه. وأن إعلام عربي في كل دولة ليس بمقدوره أن يتصدى للمخاطر التي تحيط بالأمة العربية فلا بد أن يكون المنطق هو إعلام عربي جماعي ومشترك، فانحصار

الإعلام العربي في البوتقة المحلية أو القطرية وعدم مد اليد لتضامن عربي إعلامي يوحد على الأقل خطاب إعلامي عربي ينطلق خارجياً ودولياً يجعل العرب الأقل وزناً في عالم العولمة الإعلامية، كما يؤدي ذلك كله إلى فشل الإعلاميات العربية واحدة تلو الأخرى، فمن غير المعقول أن توحدنا التكنولوجيا الإعلامية الجديدة ولا توحدنا الثقافة الواحدة واللغة الواحدة والتطلعات العربية الواحدة نحو الديمقراطية والحرية والمساواة ومواجهة أخطار العدوان والاحتلال والاجتياح العسكرية وغير العسكرية المحيطة بالوطن العربي من كل جانب...

إن الإعلام المعولم يلعب دوراً ايجابياً إذا أخذنا من كل حضارة وكل ثقافة إيجابياتها وقام بالتعميم والانتشار وتعريف الآخر بما يملكه غيره فيفيد ويستفيد وتتكامل الثقافة وتتلاقى الهويات بدلاً من أن تتصادم وتتحارب ويغزو بعضها بعضاً.

وكما يقول "هربرت شيلر" في كتابه" المتلاعبون بالعقول "فإن" التحكم بالمعلومات وطريقة تداولها ونشرها يتم توظيفها لتحقيق الأثر المطلوب في مواقف الإنسان وسلوكه"[1]. وكما يعتقد دعاة العولمة فإن "الإعلام يصنع الأحلام والأحلام تحدد الأفعال"[2].

لقد استطاع الإعلام بفضل التقانات المتقدمة أن يتخطى الحدود الوطنية ويجعل الناس يهتمون بقضايا عديدة لم تكن تشغل بالهم أو ليست وليدة بيئتهم الثقافية وخصوصيتهم التاريخية. بما يشكل الذوق الاستهلاكي وتقمص الشخصية العربية في مظاهر السلوك والحية. لقد أصبح ما يسمى بصرعات "الموضة". منتجاً ثقافياً يحاول دعاة العولمة تسويقه باعتباره من اخطر ما يهدد

(1) هربرت شيلر أ،" المتلاعبون بالعقول"، ترجمة عبد السلام رضوان سلسلة عالم المعرفة، الكتاب رقم (243) ط2(الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1999)، ص7

(2) مارتين، بيتر وشومان، هارالد " فخ العولمة– الاعتداء على الديمقراطية والرفاهية" ترجمة د. عدنان عباس علي ومراجعة د. رمزي زكي، سلسلة كتب عالم المعرفة، الكتاب. رقم(238) (الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، تشرين الأول 1998)،ص47.

الثقافة الوطنية التي ينظر إليها دعاة العولمة على أنها" السبب الرئيس للانقسام بين الشعوب"[1].

كما يجري الحديث في الوقت الراهن على خلق ما يسمى "بالبيئة الثقافية للعولمة"، فالسرعة في تقبل العولمة يتوقف إلى حد بعيد على "إزالة التوترات بين القيم الثقافية المحلية والقيم الثقافية التي تنادي بها العولمة"[2]. وإن عناصر هذه البيئة الثقافية "أصبحت منتجاً يتم تصنيعه في معامل أديسون افنيو وأستوديوهات هوليود ولاس فيغاس بالكلمة والصورة"[3] والتي أصبحت من أهم أدوات العولمة الثقافية.

7) لتأثيرات السلبية للعولمة على البلدان النامية (ومنها العربية) بيئياً وإعلامياً:

تظهر دراسات وتقارير دوليّة كثيرة جداً أن العولمة الرأسماليّة في حالتها القائمة والسائدة تهدّد على نحو خطير الدول والمجتمعات والبيئة والكون، ويصل حجم هذا التهديد إلى الكارثة والخطر، كما تكشف شبكات جماعات المناهضة للعولمة الرأسماليّة عن معلومات مذهلة حول ما تلحقه الأنشطة التابعة للعولمة الرأسماليّة من تدمير فظيع يلحق باقتصاديات الدول والمجتمعات، وثقافتها ونمط حياتها ومواردها، وأنظمتها الاجتماعيّة والسياسية، والصحة والبيئة والهواء والأنهار والأرض والغابات والصحارى والبحار والمحيطات والجزر وجوف الأرض والموارد العالميّة. (غرابية ص1) إن ما أفرزته الغولمة من مظاهر مختلفة أدى إلى تأثرات سلبية على دول العالم الثالث، وقد رافق العولمة الاقتصاديّة والإعلاميّة موجات من الأوبئة والمشكلات البيئيّة تسربت وانتشرت في العالم بنفس الآليات والأدوات التي

(1) احمد مصطفى عمر، "إعلام العولمة وتأثيره في المستهلك" المستقبل العربي" العدد (256)2000/6 (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية،2000) ص78.

(2) روشكييف دافيد" في مديح الإمبريالية الثقافية"، ترجمة أحمد خضر، الثقافة العالمية، (الكويت) العدد 85 تشرين الثاني/ كانون الأول 1997،ص26.

(3) عبد الإله بلقزيز" العولمة والهوية الثقافية: عولمة الثقافة أم ثقافة العولمة؟" المستقبل العربي، العدد (229)، 1998/3(بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية،1998)ص11.

فرضت لتسهيل مرور السلع والأموال، فقد كان للشركات الكبرى التي أُطلق لها العنان في أرجاء العالم دور كبير في تدمير البيئة في العالم ومن أمثلة ذلك: تدمير طبقة الأوزون من خلال إنتاج مبيد "بروميد الميثيل" الذي يساهم في تدمير طبقة الأوزون، ولا تزال هذه الشركات تقف حجرة عثرة أمام تطبيق بنود بروتوكول مونتريال الخاصة بمنع إنتاج هذه المواد. وتساهم منتجات أخرى أيضا للشركات الكبرى مثل المواد الكيماوية شديدة الخطورة، والتي لا تتحلّل طبيعياً في البيئة، وتؤدي إلى تسمّم الكائنات الحيّة، والمخلفات المشعة، وتقوم كثير من الأنشطة التعدينيّة والصناعيّة على إزالة الغابات. وتأثرت الزراعة كغيرها من النشاطات الأخرى، تأثرت بسياسات الرأسمالية التجارية والسوق المفتوح، فأصبح قطاع الزراعة مُطالباً بإنتاج مواد غذائية بتكاليف منخفضة، وأهم مظاهر هذه العولمة في الزراعة ظهور الهندسة الوراثيّة تساعد في تقليل تكلفة الغذاء وإتاحته للفقراء، ومقاومة شحّ المياه والتصحّر في الزراعة، ولكنها أخضعت الدول الفقيرة والنامية لتبعيّة في إنتاج البذور، وقضت في الوقت نفسه على البذور التقليديّة التي كانت مستخدمة، حتى إن البعض سمّى هذه الحالة بـ" الاستعمار الجيني"[1].

1) إن تراكم المعرفة والمعلومات أنتج قوة معرفية إنتاجية للعلم نفسه وأصبح هناك ما يسمى باقتصاد المعلومات (معرفة موعد وكمية الأمطار في أفريقيا تتيح معرفة قواعد وأسعار تجارة المزروعات والدول المتقدمة تحاول تجميد تلك المعرفة والتقنية لدى الدول النامية وتمنعها من الحصول عليها واستخدامها (إيران النووية –قمح مصر– صناعات بترول السعودية ومعرفة لبنان – العراق.

2) نتيجة لشيوع الثقافة الرأسمالية وتطبيق المفاهيم الاستهلاكية دون تنمية حقيقة بالبلدان النامية. وتم القضاء على الصناعات الوطنية المحلية – زيادة المديونيات – استنزاف الثروات – التبعية الاقتصادية والسياسية

(1) http://www.islamonline.net/iol-arabic/dowalia/mafaheem-13.asp

3) نتج عن تلك التبعية إتباع سياسات الخصخصة. مزيد من استنزاف موارد الدول النامية ونزع ثرواتها وفرض نموذج رأسمالي للنمو بالبلدان النامية يؤكد التبعية والهيمنة). أدت السياسات المفروضة على البلدان النامية وإتباع سياسات الخصخصة والتحرير، والتي تركز على اعتماد آليات السوق وإلغاء دور الدولة وحرية الاستثمار والتجارة والاستيراد والتصدير دون النظر إلا لعوامل الربح والخسارة لرأس المال. إلى تخصيص النشاط الاقتصادي لها وتقسيم العمل الذي تقوم به عالميا مما أدى إلى تحكم مراكز النظام بها وحصارها اقتصاديا.

4) نتيجة لذلك الحصار والتحكم أصبحت تلك الدول لا تصنع التنمية بل تشتريها كما أصبحت ترتبط نخبها الحاكمة بعلاقات عضوية مع مراكز النظام الرأسمالي العالمي. بذلك فإن التحكم بالدول الخاضعة لتلك المنظومة وإدارتها واتخاذ القرارات بها أصبح بمراكز النظام الرأسمالي وليس بقصور ومقار الحكام وانتقلت السلطة الفعلية في الدولة إلى تلك المراكز(1).

وفي الجانب الثقافي والمعرفي، فان انتشار وسائل الاتصالات الحديثة من أقمار صناعية وشبكات وهواتف نقالة وانترنت قد جعلت البحيرات الثقافية تنفتح على بعضها تلقائيا وفينشأ من ذلك أو يبدأ طور تشكيل ونشؤ ثقافة عالمية مشتركة بدأنا نلمس عناصرها في تلك المصطلحات والأدوات والعادات التي غدت مشتركة بين أبناء العالم أو سكان الكوكب جميعا بحيث لم يعد الحديث عن الثقافة الوطنية والقومية النقية أمراً ممكننا وهذا أصبح أمراً طبيعيا ولا مفرا منه بما يحمله من آثار سلبية وإيجابية ربما يمثل بعضها حالة من التثاقف أو المثاقفة واستفادة المجتمعات من تجارب وثقافات بعضها بكل ما تشمله الثقافة من جوانب مادية ومعنوية ولاسيما في مجال تبادل التكنولوجيا والتقنيات المتطورة والمسائل الإنسانية وحقوق الإنسان والديمقراطية والإصلاح والشفافية(2).

(1) http://www.sste- eg.org/sste/nadawat/b2.htm
(2) http://www.islamonline.net/Discussion/arabic/bbs.asp?action=maintaParID=585735&aPathID= 193&aTpID=585735&aGroupID=105860&

أما بخصوص التحدي الثقافي الاجتماعي والإعلامي وبعبارة التحدي الحضاري فان التأثيرات واضحة الملامح على البناء الثقافي والنسيج ا لمجتمعي، ولعل من ابرز الملامح.

ما يتعلق بالاختلال الذي على المنظومة القيمة وبالتضارب الفاضح في مؤسسات التنشئة الاجتماعية، نتيجة للهجمة الثقافية والإعلامية لما يسمى بدو ل المركز التي استطاعت التسلل إلى عقول ومشاعر المجتمع لاسيما جيل الناشئة والشباب وقدمت النموذج الغربي أو الأمريكي على وجه الخصوص بأنه النموذج الوحيد للحياة الثقافية والاجتماعية الراقية ولعل ما تبثه القنوات الفضائية والبرامج العربية من مسلسلات وبرامج وأفلام، مثل(ستار أكاديمي) (والرئيس) وغيرها التي تلقى رواجا كبيرا لدى المتلقي العربي[1]. (لقد خلقت العولمة دافعا جديدا لهيكلة النسق الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية سواء على مستوى الفرد والأسرة أو على مستوى شرائح ومؤسسات المجتمع أو على مستوى العلاقات بين أفراد المجتمع والدولة كما أنها أصبحت تمثل تهديدا حقيقيا للهوية الثقافية والانتماء الوطني أو القومي وعاملاً رئيسياً هجران الإرث الثقافي والحضاري القومي المبني على تاريخ الأمم وحضاراتها وأمجادها ولا ينبغي الخلط هنا بين قبول المرء لثقافة عالمية نجمت عن تلاقح ثقافات متنوعة ومتعددة وتحضا بقيم إنسانية خالدة مع العدل والمساواة والحرية والصدق والأمانة وغيرها وبين فرض ثقافة معينة على العالم كله وتصديرها أو الادعاء بأنها هي وحدها تمثل الثوابت العالمية التي ينبغي أتباعها دون قيد أو شرط ودون تحوير أو تعديل فبقدر ما يمكن أن نتقبل التأثير الايجابي ونرفض بنفس القدر والقوة تأثيرها السلبي[2].

إن الصراعات التي يعيشها العالم المعاصر وتباينات القوى أوقدت النزاعات ومسلكيات العنف والعدوان والخصومات وتكريس الكراهية وتسميم العقول بالأفكار

(1) الحارثي، فهد العرابي 1999: العولمة والفضائيات العربية. محاضرة ألقيت في مكتبة عبد العزيز العامة، الرياض.
(2) بلقزيز، عبد الاله 1998: العولمة والهوية الثقافية ،عولمة الثقافة أم ثقافة العولمة، المستقبل العربي العدد 229 مركز دراسات الوحدة العربية بيروت.

الهدامة وبتقديم صور جديدة لتصورات اجتماعية متجددة، مما أدى إلى تحول في مضامين المفاهيم تحت زعم الحداثة وما بعد الحداثة والإصلاح والتنوير والحقوق الطبيعية وحقوق الإنسان، والعنف المضاد.

ويمكن تلخيص وإدراج أهم المظاهر السلوكية الهادمة للبيئة ومجالاتها التي يشيعها الدور السلبي للعولمة وهي:

1. أسهمت العولمة في إشاعة سلوكيات التطرف والتعصب والعنف من خلال وسائل الاتصالات الحديثة وسياسات الهيمنة والحروب والحصار والتجويع والتدخلات السياسية.
2. عمقت الشعور بالفوارق المادية بين الإفراد.
3. زادت مساحة الفقر واتسع عدد الأغنياء وازدادت البطالة وانخفض مستوى المعيشة للأفراد لاسيما في دول العالم الثالث والفقيرة.
4. عفت الروابط والصلات الاجتماعية من خلال نموذج الحياة المادية والمنفعية التي أصبحت تسود حياة الناس.
5. أضعفت الهوية الثقافية (الوطنية والقومية المحددة للفرد).
6. اسهمت في نشر أساليب الاحتيال والجريمة وعصابات القتل والسرقة والغش والفساد والجريمة والصوصية والسطو.
7. أضعفت دور الدولة في حياة الشعوب من خلال نمط الحياة الاقتصادية والعلاقات التجارية الحرة وتقويض كيان الدولة وحريتها وسيادتها ومسؤوليتها عن مجتمعاتها.
8. أسهمت في زيادة العجز المالي والتضخم وارتفاع أسعار للسلع الأساسية في الأسواق نتيجة لبحثها عن الربح الوفير.
9. أضعفت دور الدولة في تقديم الخدمات لمواطنيها الأساسية والتحتية من الخدمات في الصحة والتعليم والسكن والطاقة والنظافة.
10. شجعت على هجرة الكفاءات والعقول والخبرات وأصحاب التخصصات العلمية خارج دولها لاسيما في دول العالم الثالث.

11. أسهمت في أضعاف الصناعات والبضائع والمنتجات الوطنية والمحلية.
12. أسهمت بشكل كبير في زيادة واتساع مساحة وحجم التلوث البيئي والمخلفات الصناعية والكيمائية.
13. أسهمت بنشر الأمراض وتعدد أنواعها.
14. أسهمت في زيادة معدلات التضخم المالي.
15. تحاول أضعاف دور الأديان والعقائد في حياة الأمم والشعوب.

وخلاصة القول:

العولمة هي عملية اندماج اقتصادي سياسي ثقافي أدى إلى كل هذا التغيير والتطوير، لذلك يمكن تعريفها بأنها:"نمط اقتصادي سياسي ثقافي خرج بتجربته عن حدوده لقولبة الآخر بهدف تحقيق أهداف وغايات فرضتها التطور المعاصر".

والعولمة ظاهرة طبيعية للتطور التقني والإعلامي والاتصالاتي الذي يعيشه عالم اليوم[1]، والذي أدى إلى تحويل العالم إلى قرية كونية صغيرة، يحكمها قطب واحد فقط يشكل عصب السيطرة العالمية هو الولايات المتحدة الأمريكية التي تسعى جاهدةً إلى صهر العالم في بوتقة واحدة..أو ما يمكن تسميته "أمركة العالم"[2].

العولمة بالمفهوم المعاصر (الأمركة) ليست مجرد سيطرة وهيمنة وتحكّم بالسياسة والاقتصاد فحسب، ولكنها أبعد من ذلك كثيراً، فهي تمتد لتطول ثقافات الشعوب والهوية القومية والوطنية، وترمي إلى تعميم أنموذج من السلوك وأنماط أو منظومات من القيم وطرائق العيش والتدبير، وهي من ثم تحمل ثقافة (غربية امريكية) تغزو بها ثقافات مجتمعات أخرى، ولا يخلو ذلك من توجه استعماري جديد يتركز على احتلال العقل والتفكير وجعله يعمل وفق أهداف الغازي ومصالحه[3].

---

(1) د. هاني الخوري، تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الحادي والعشرين، الجزء الول، دار الرضا للنشر، دمشق،1998، ص 165

(2) باسم غدير غدير، الفجوة التقنية وقيادة العالم في ظل الثورة العلمية التكنولوجية المعاصرة، دار المرساة، اللاذقية – دمشق، 2006، ص 48.

(3) الأسبوع الأدبي، العدد رقم(602) تاريخ 1998/3/14،ص19.

أسئلة الفصل السادس عشر
Question Of Chapter (16)

- السؤال الأول: خلال العقد الأخير من القرن العشرين انشغل العالم بثلاث قضايا كبرى ما هي هذه القضايا؟
- السؤال الثاني: لماذا أصبحت العولمة (M0ndialization) والكوكبة أو الكونية Globalization من أكبر الكلمات استخداماً في الأدبيات المعاصرة، المطلوب:

1. ما هي أسباب نشوء العولمة؟.
2. وما هي العوامل التي دفعت شراع العولمة في العقد الأخير من القرن العشرين.

- السؤال الثالث: وضح تفاعل العولمة مع معطيات المجتمع.
- السؤال الرابع: ما معنى العولمة، وما هي الإعلام المعولم التفاعلي.
- السؤال الخامس: إن العولمة الإعلامية لم تعد خياراً قابلاً للتبني أو الرفض بل هي حتمية لا مناص. (ناقش ذلك).
- السؤال السادس: يقال" إن العولمة هي السبيل الوحيد إلى تنمية عالم بلا حدود اقتصادية عالم لا يسوده إلا قانون السوق.. ويضيفون: "إن الدول الصغرى لم يعد بإمكانها أن تستغل تناقضات الكبار كما كانت تفعل أثناء الحرب الباردة، وإن الانفتاح السياسي الذي تحقق بين العالم بعضه على بعض لا ينفصل عن الانفتاح الاقتصادي، فهما معاً أساسيان في مفهوم العولمة (وضح ذلك).
- السؤال السابع: يقول ماك لوهان:

"إن عولمة الإعلام عن طريق وسائل الاتصال والتواصل جعلت من الكرة الأرضية قرية صغيرة".(ما رأيك).

- السؤال الثامن: ما هي إرهاصات العولمة من الناحية الاقتصادية والسياسية والإعلامية والبيئة والتكنولوجية؟.
- السؤال التاسع: ماذا يقصد بالإعلام المدموج؟.

- السؤال العاشر: ما هي أثر العولمة على البيئة؟.
- السؤال الحادي عشر: أين يقف الإعلام العربي من قضية العولمة؟ هل هو منفعل بها أم أن دوره دور المتلقي والناقل لأفكارها؟. أم أنه أيضاً دور التابع تبعية تامة لمساراتها وأهدافها؟.
- السؤال الثاني عشر: ما هي أهم المظاهر السلوكية الهادمة للبيئة ومجالاتها التي يشيعها الدور السلبي للعولمة؟.
- السؤال الثالث عشر: العولمة بالمفهوم المعاصر (الأمركة) (ما رايك).

الفصل السابع عشر

ماهية وجوهر الإعلام الأمني

الفصل السابع عشر
ماهية وجوهر الإعلام الأمني

1) مفهوم الأمن:

أ. الأمن في اللغة:

لمنطوق كلمة الأمن في اللغة العربية معانٍ متعددة، فهي تعني "سكون القلب وراحة النفس والشعور بالرضا والاستقرار وعدم الخوف...كما تعني الأمانة والصدق".

ولهذا فإن الأمن يعني بالإنكليزية: الحالة التي يشعر فيها الإنسان بالأمان والتحرر من الخطر والمخاطرة.

"Security "n." The state of –"being or felling secure, freedom of danger on risk.

ب. الأمن اصطلاحاً:

الأمن، إذن هو رفض الخوف وعدم توقع مكروه في الزمن الآتي، والأمن هو إحساس وشعور بالاطمئنان يَرسخ في نفوس أفراد المجتمع ومؤسساته المختلفة، لذلك فهو يتأثر بما يدور في المجتمع من خير وشر".

أما في "الاصطلاح القانوني" فيقصد به الحماية القانونية التي توفرها الدولة لأفراد المجتمع بواسطة النصوص التشريعية.... بهذا المعنى فإن مفهوم الأمن يسرى على جميع الأنشطة التي يمارسها الفرد وتنظيم حياته في المجتمع تنظيماً تكلفه بالقوة عند الاقتضاء[1].

(1) ينظر: مكافحة جرائم السياحة،المركز العربي للدراسات الأمنية، الرياض، 1986، ص 146

ج. مفهوم الأمن Security تعني:

مادة الحياة، ومصدر استقرارها وتطورها، حيث تبنى عليه كرامة الإنسان وأدميته واحترام حقوقه ومصدر سعادته في إطار مطالبه المشروعة ومصالحه المعتبرة (الدين، النفس، العقل، العرض، المال) ومن هنا تتبع فكرة الأمن وفلسفته التقليدية.

الأمن ظاهرة مرتبطة بالإنسان. وهذا ما يفسر توأمة مفهومي "الإنسان: الأمن" و"الأمن: الإنسان". والحديث عن الأمن يعني الحديث عن الحياة نفسها، والأمن هو الحاجة الأولى والمطلب الدائم للإنسان. وقد كان الأمن سبباً في حفظ النوع البشري واستمراره...

وقد وصف الله تعالى المخليّن بالأمن بأنهم مفسدون في الأرض وفرض عليهم أشد العقوبة. والكثير من الآيات الكريمة وأحاديث الرسول الكريم (ص) أكدت على موضوع أمن وآمان الناس.

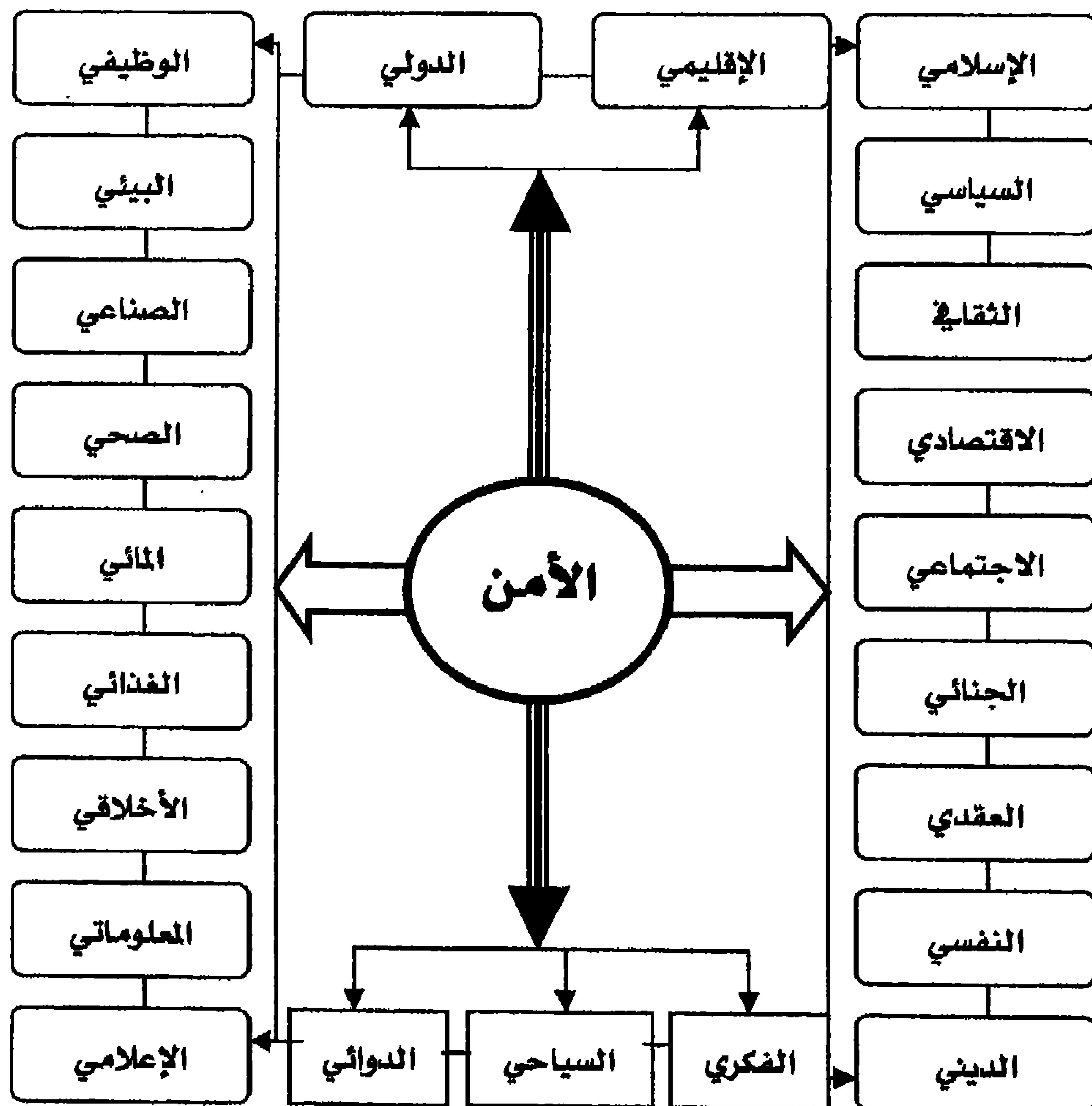
وقال تعالى: (إِنَّ الْمُتَّقِينَ فِي جَنَّاتٍ وَعُيُونٍ * ادْخُلُوهَا بِسَلَامٍ آمِنِينَ)

وقال أيضاً: (لْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ * الَّذِي أَطْعَمَهُم مِّن جُوعٍ وَآمَنَهُم مِّنْ خَوْفٍ)، (وَإِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّ اجْعَلْ هَذَا بَلَدًا آمِنًا) ، (وَلَيُبَدِّلَنَّهُم مِّن بَعْدِ خَوْفِهِمْ أَمْنًا).

فمنذ عقود بدأ الأمن البشري يأخذ أبعاداً جديدة، فإلى جانب الأمن العسكري هناك الأمن الاقتصادي والأمن الاجتماعي والأمن البيئي والأمن الغذائي والأمن الصحي والأمن الشخصي وأمن المجتمع وأمن السياحي وأمن الإعلامي والأمن الثقافي والأمن المائي...الخ. أي أن الأمن البشري متعدد الأوجه وهو لا يعني أمن الأراضي أو الحدود بقدر ما يعني آمن الناس.

لعل مفهوم الأمن يكتنفه الغموض بكافة أبعاده نظراً لتعدد المكاني التي يمكن أن يشملها مفهوم الأمن، كما أن أنماط الأمن ودرجة شموله تتباين باختلاف أنماط المخاطر الأمنية التي يمكن أن يواجهها الفرد أو المجتمع، ولذلك وصف الأمن (بالسائل الذي لا يدرك لونه إلا بالإناء الذي وضع فيه).

ولذلك فإن أبعاد الأمن تتعدد بتعدد الحاجات البشرية التي يجب أن تتخذ مسارها الاجتماعي في مناخ آمن. ليشمل أفاق أرحب في حراك الحياة الاجتماعية حيث يقوم هذا الرأي بتحديد أبعاد مفهوم الأمن الشامل (الوقائي، الاجتماعي، الإنساني، القيمي،...الخ) وبالتالي فإن منظومة الأمن الشامل وهو ما يظهره لنا الشكل التالي:



الشكل (1) منظومة الأمن الشامل

يعد الأمن في جوهره عامل نفسي يتبلور في الإحساس النفسي للإنسان بالطمأنينة والهدوء، وفي ضوء التحليل السابق لمفهوم الأمن الشامل.

ويمكن النظر للأمن الإعلامي على أنه جزء من الكل، أي جزء من الواقع والمنظومة الأمنية السائدة في بلد معين، مع بعض الخصوصية التي تنبع من خصوصية القطاع الإعلامي، بنفس القدر، ومع الفارق دائماً، الذي يمكن به القول بأن الأمن الصناعي أو الأمن الفكري أو الأمن الاقتصادي أو الأمن الاجتماعي وغيرها...، هي جزء من كل، إذاً مفهوم الأمن الإعلامي مفهوم جزئي يقع تحت المفهوم الكلي الأوسع: مفهوم الأمن الشامل. له أبعاده المختلفة يقع تحت مظلة الوظيفة الأمنية العامة للحكومة، مما يجعل الأمن الإعلامي ضرورة ومطلباً أساسياً واقتصادياً واجتماعياً، في عصر يموج بالمتغيرات والتقلبات والأحداث الأمنية التي إن لم يكن لها مساس مادي مباشر بالأمن، فإن لها بالتأكيد آثاراً نفسية مهمة على هذا القطاع المتنامي.

كما يبدو واضحاً أن تحقيق الأمن الإعلامي مرتبط بتحقيق مقومات الأمن العام بصفة عامة، أي أن الأمن الإعلامي مسؤولية جماعية، تبدأ بتعزيز قيم الانتماء والولاء للأفراد والمجتمع لوطنهم ولعملهم، وزيادة الوعي الوطني بأهمية الإعلام والأمن الإعلامي وكذلك تضافر جميع الجهود المشتركة للأجهزة المعنية بالإعلام والمؤسسات الإعلامية والدينية والاجتماعية والسياسية في القطاع العام، مع مؤسسات ومنظمات المجتمع المدني مع أجهزة الأمن العام والأمن الإعلامي بصورة خاصة.

2) أبعاد الأمن البشري:

سنلقى قليلاً من الضوء على أبعاد الأمن البشري، ثم نتحدث عن الأمن الإعلامي الذي يشكل بعداً مهماً ومؤثراً في الأبعاد الأخرى[1]. وهو ما يظهر لنا الشكل التالي:

---

(1) د.أديب خضور، اقتصاديات البيئة، وزارة الثقافة،دمشق 1997، ص10- 14.

- **الأمن المباشرة– الشرطي:**

هو الأمن الذي تحققه الأجهزة الشرطية، ويشمل مختلف العمليات المباشرة (كشف الجرائم قبل وقوعها، مكافحة المخدرات، تنظيم المرور..... الخ.

بمعنى أن تحقيق الأمن مهمة معقدة لا تقتصر مهمة انجازها على أجهزة الأمن، بل هي مسؤولية تقع على كاهل كل مواطن. وهذا ما دفع باتجاه ضرورة وأهمية إقامة علاقات راسخة وفعالة بين الشعب وأجهزة الأمن.

- **الأمن الجنائي[1]:**

بات واضحاً أم مصطلح المن ذو مضامين ومعانٍ متعددة تتصل بتعدد مدلولاته ومجالاته وميادينه، والفقرات التالية تركز على بعضٍ من هذه الميادين في محاولة تمهيدية لرسم صورة لمفهوم المن بمعناه الشامل. ولعل أكثر مضامين وضوحاً لدى العامة والخاصة هو أمن الإنسان على حياته وممتلكاته، والإخلال بذلك من قبل أحد أفراد المجتمع يعني ارتكابه لجناية أ وجريمة. والمجتمعات البشرية على اختلاف تطورها تضع الأسس والضوابط والعراف والقوانين والتشريعات لتنظيم الحياة الاجتماعية بحيث تضمن للفرد أمنه وتردع من يُحل به. من هنا جاء مصطلح الأمن الجنائي معتبراً من يتعدى على غيره في حياته وماله وعرضه متجنياً يستحق العقاب المناسب والقصاص العادل ليحيا المجتمع حياة آمنة باستئصال الفاسد منه. فالأمن الجنائي لا ينحصر بفرض العقوبات أو تنفيذها بحق المخلين بالأمن، بل يهتم قبل ذلك بوضع الضوابط لوقاية المجتمع من مختلف أنواع السلوكيات الإنسانية المنحرفة التي تهدد أمن المجتمع والأفراد[2].

(1) علي أسعد بركات، الأمن الاجتماعي، وزاره الثقافة، دمشق،2011/ص20

(2) عبد المنعم المشاط، المم المتحدة ومفهوم الأمن، مجلة السياسة الدولية، العدد:84، دار الأهرام، القاهرة،1986.

- **الأمن القومي[1]:**

يعرف الدكتور حامد ربيع الأمن القومي بأنه" تلك المجموعة من القواعد الحركية التي يجب على الدولة أن تحافظ على احترامها، وأن تفرض على الدول المتعاملة معها مراعاتها لتستطيع أن تضمن لنفسها نوعا من الحماية الذاتية الوقائية الإقليمية. ثم يخلص إلى القول إن مفهوم الأمن القومي هو في جوهره مفهوم عسكري ينبع من خصائص الأوضاع الدفاعية للإقليم القومي، ويتحول في صياغة تنظيرية بحيث يصير قواعد للسلوك الجماعي والقيادي بدلالة سياسية.

الأمن القومي يعني تأمين الدولة والمجتمع ضد كل الأخطار والتي تهددها داخلياً وخارجياً، وتأمين مصالحها، وتأمين الظروف المناسبة اقتصادياً واجتماعياً لتحقيق الأهداف والغايات التي تعبر عن الرضا العام في المجتمع. أو تعزيزها عبر التكامل والتعاون السياسي الاقتصادي كما في حال دول الوطن العربي التي يجب أن تسعى إلى تعزيز آليات وقواعد العمل المشترك فيما بينها لتحصين أمنها الذاتي (القطري) والقومي[2].

كما ويعرف الدكتور عبد المنعم المشاط الأمن القومي بأنه "قدرة المجتمع على مواجهة ليس فقط الأحداث أو الوقائع الفردية للعنف، بل جميع المظاهر المتعلقة بالطبيعة المركبة والحادة للعنف". وبناءً على هذا التعريف يحدد متغيرات ثلاثة للأمن القومي العربي هي:

- متغيرات التوازن.
- متغيرات الرفاهية.
- القدرة العسكرية.

(1) روبرت مكنمارا"جوهر الأمن" ترجمة يونس شاهين، ص125،105،8.

(2) علي فايز الجحني، الإعلام الأمني والوقاية من الجريمة، منشورات أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية العدد 2000، 254، ص 208 وما بعد

أما أمين هو يدي فيعرف الأمن القومي بأنه "عبارة عن الإجراءات التي تتخذها الدولة في حدود طاقتها للحفاظ على كيانها ومصالحها في الحاضر والمستقبل مع مراعاة المتغيرات الدولية".

وهذا التعريف يتضمن الآتي:

يشمل الإجراءات التي تتخذها الدولة في كافة المجالات، فمسائل الاقتصاد والدفاع وكل مصادر نشاط الدولة كل لا يتجزأ.

الإجراءات المتخذة تكون داخل طاقة الدولة وإمكانياتها، إذ أن الآمال الطموحة التي تتجاوز الإمكانيات المتاحة تقود إلى التهلكة.

يكون التخطيط للحاضر والمستقبل القريب والبعيد

مراعاة المتغيرات الدولية التي تدعو إلى إعادة التقييم بين وقت وآخر، لتتطابق الإجراءات دائما مع المتغيرات الحاضرة والمنتظرة.

ثم ينتهي إلى القول بأن الأمن القومي يشمل الأمن العسكري، فالأخير جزء منه. فإن كان مجال الأمن العسكري هو الاستراتيجية فإن مجال الأمن القومي هو الإستراتيجية العليا للدولة.

ركائز الأمن القومي:

فإن للأمن القومي ثلاث ركائز:

1. ركيزة سياسية: المحافظة على سيادة الدولة ووحدة أراضيها، ومعتقداتها وقيمها مع الأفراد بالحقوق الأساسية لموطنيها، سياسية ومدنية، وغيرها.
2. ركيزة اقتصادية: رفاهية المواطنين، وهذه طريقها للتنمية الشاملة.

3. ركيزة عسكرية: درع يحمي الركيزتين الأولين، ولا يقوم إلا بهما وعليها ولهما في أن واحد. والأمن القومي على هذا النحو يتصل بمدرك "القوة القومية للدولة " أي "القوة الشاملة" وهناك مجموعة من العوامل والمتغيرات ترتكز عليها هذه القوة الشاملة، ولقد حصرها أحد الباحثين في سبعة متغيرات هي:

أ. الكتلة الحيوية، وتشمل: الموقع، المساحة، السكان، الموارد الطبيعة، المستوى العالمي، المستوى الصحي، الخدمات، النقل.
ب. القدرة الاقتصادية، وتشمل: مستوى الأداء، المستوى التكنولوجي، الأمن الغذائي، الزراعة، الطاقة، الصناعة، قوة العملة..... الخ
ج. القدرة العسكرية، وتشمل: القوات التقليدية، الخبرات، القيادة والسيطرة، التعبئة، والتكنولوجيا العسكرية......الخ
د. القدرة على التأثير والنفوذ وتشمل: المستويات الداخلية والخارجية، القدرة على ممارسة الضغوط.
ه. طبيعة الأهداف الاستراتيجية ومدى قبولها، وتشمل: مدى وضوح الهدف، مدى الاستجابة لهذه الأهداف.
و. مدى قوة الإرادة الوطنية، وتشمل: الزعامة والقيادة، القدرة على المصالح الوطنية.
ز. القدرة الدبلوماسية، وتشمل: كفاءة الجهاز الدبلوماسي، ديناميكية الحركة.

ويمكن وضع معادلة نقيس بها القوة الشاملة للدولة استنادا إلى العوامل المذكورة بعد إعطائها أوزانا ترجيحية معينة على النحو التالي:

القوة الشاملة = (الكتلة الحيوية = المقدرة الاقتصادية + المقدرة العسكرية) × (الاستراتيجية + الارادة)

ويفرق بعض الباحثين، ومنهم كاتب هذه السطور، بين مصطلحين وثيقي الصلة بالأمن القومي عامة والعربي منه خاصة: الأول هو "القوة" (force)، وهذه تنصرف إلى القوة العسكرية وأعمال الشرطة وما يتصل بها. والآخر هو "القوة" (power) وتعني القدرة على إحداث التأثير في فكر وسلوك الآخرين عن طريق ما تمارسه من نفوذ. فالقوة هي أحد عناصر القدرة القومية. والقدرة عبارة عن نسيج متشابك تتداخل فيه كل قوى الدولة لحمايتها من التهديدات الداخلية والخارجية على حد سواء. ولعل المعادلتين الآتيتين تعبران عن المقصود:

القوة = حجم القوات المسلحة+ نوعية القوات المسلحة+العزيمة في استخدامها في الوقت المناسب والمكان الصحيح + قدرة قيادتها.

والقدرة = الإمكانيات الاقتصادية + الكفاءة السياسية في إدارة الصراع+ القوة العسكرية + والتكنولوجيا + العوامل المعنوية.

وعلى ذلك فالقدرة العربية يمكن التعبير عنها بالمعادلة الآتية:

القدرة العربية= قواها السياسية+قواها الاقتصادية + قواها العسكرية+ قواها الدينية والمعنوية = الأمن القومي العربي.

- الأمن الوطني (القطري):

إذا استثنيا حالة أقطار الوطن العربي، فإن مفهوم الأمن القومي يتداخل مع مفهوم الأمن الوطني إلى درجة التطابق، وعليه فإن الأمن الوطني (القومي) يعني قدرة الدولة والمجتمع المحافظة على الأمة وكرامتها وأراضيها واقتصادها،

وعلى حماية مواردها الطبيعية....من أي اعتداء خارجي، كما يعني قدرة الدولة على حماية قيمها الداخلية من أية تهديدات بغض النظر عن أي متغير[1].

- **الأمن السياسي:**

يُعد الأمن السياسي من الميادين الأساسية لمفهوم الأمن بالمعنى الشامل، ويتداخل إلى حد بعيد مع مفهومي القومي والوطني، فالأمن السياسي يركز" على تأمين مسار الحياة السياسية في المجتمع بما يكفل أمن جميع العناصر المكونة له"[2].

ومن مكونات الأمن السياسي اهتمامه بسبل وأدوات تحقيق أمن الدولة على اعتبار أن ذلك يشكل ركناً أساسياً للحفاظ على استقرار النظام السياسي، وعليه فالأمن السياسي هو ذلك": الجهد المبذول للمحافظة على أسرار الدولة وسلامتها والعمل على منع كل ما من شأنه إفساد العلاقة بين السلطة والشعب أو تشويه صورة الدولة"[3].

- **الأمن الاقتصادي:**

الأمن الاقتصادي لا يعني توفير مستلزمات العمل والإنتاج لتلبية احتياجات السكان الضرورية وحسب، بل يعني أيضاً استثمار ثروة المجتمع بدلاً من استهلاكها، وتنميتها بدلاً من هدرها، ويعني أيضاً الأمن الاقتصادي بالنسبة لسكان بلد من البلدان آمن العمل وآمن الدخل، أي وجود عمل منتج ووجود دخل أساسي مضمون. وفي الكثير من مجتمعاتنا المعاصرة يشعر الناس بعدم الأمن، لأمن العثور على عمل والاحتفاظ به أصبح أمراً متزايداً الصعوبة، فقدر العاطلين عن العمل في العالم يبلغ بحدد /120/ مليون نسمة. وفي دول الاتحاد الأوربي وحدها

(1) أمين هويدي، العسكرة والأمن في الشرق الأوسط: تأثيرها على التنمية والديمقراطية، دار الشروق، بيروت، 1991،ص5 وما بعد.

(2) على فايز الجحني، المفهوم الأمني في الاسلام، العدد الثاني/ منشورات وزارة الداخلية في المملكة العربية السعودية، 1989،ص 20

(3) Harold Braun thinking about national security N.Y.ncmillan1983"

يوجد حوالي /25/ مليون عاطل عن العمل، وأغلب هؤلاء العاطلين هم من الشباب، فقد بلغ معدل البطالة بين الشباب فقط في عام 1992 بحدد (15٪) في بريطانيا و(14٪) في الولايات المتحدة الأمريكية و(33٪) في إيطالية و(34٪) في أسبانيا. وفي البلدان النامية يبلغ معدل البطالة العلنية والمسجلة بحدود (10٪).

إضافة إلى ذلك فإنه في كثير من دول العالم هناك انعدام لأمن الدخل لأسباب عديدة أهمها:

تدهور الأجور بفعل التضخيم الذي يأكل قسماً كبيراً من قيمتها. ومع انعدام أمن الدخل يلجأ الناس في كثير من دول العالم إلى المساعدات الحكومية. أما في البلدان النامية فإن ثلث السكان يعيشون تحت خط الفقر وسيطاً بحدود 500 دولار امريكي".

- **الأمن الصناعي:**

والذي يهتم بسير عملية الإنتاج الصناعي وبالعلاقة بين الإنسان ومحيطه العملي، بما في ذلك موضوع السلامة والصحة المهنية. كما يهتم الأمن الصناعي بالحوادث الصناعية وأسبابها وآثارها، وذلك لأن هدف الأمن الصناعي هو توفير الحماية الكاملة والشاملة لكل عناصر الإنتاج، وفي مقدمتها العصر البشري الذي يعتبر هو المحور الأساسي في العملية الصناعية[1].

كما تعني السلامة المهنية جميع الأنشطة الهامة التي تهدف إلى حماية الأفراد العاملين والمواد والأجهزة والمكائن والمعدات والمهمات من التعرض للحوادث والإصابات خلال العمل، أي أن السلامة المهنية تتركز على تقديم الخدمات والتجهيزات والإنشاءات ووضع الترتيبات اللازمة لحماية جميع عناصر الإنتاج وفي

(1) مصطفى العوجي، المن الاجتماعي، مقوماته، تقنياته، ارتباطه بالتربية المدنية، مؤسسة نوفل، ط1، بيروت، 1983، ص94.

مقدمتها العنصر البشري، بحيث تتوفر تلك الظروف المادية والنفسية المناسبة للأفراد العاملين لأداء أعمالهم بالشكل المطلوب.

أخذ الاهتمام بالسلامة المهنية وبالجوانب المتعلقة بها يزداد في السنوات الأخيرة، وذلك لأهميتها بالنسبة للأفراد العاملين وللمنظمة والمجتمع. فبعد أن كان الاهتمام بها ينحصر فقط لدى النقابة باعتبارها الجهة المسؤولة عن الأفراد العاملين ومصالحهم وشؤونهم، إلا أن الاهتمام بالسلامة المهنية أخذ يزداد ويتسع بحيث أخذت إدارات منظمات الأعمال والمنظمات الدولية تهتم بهذا الجانب. وأخذت تعقد مؤتمرات محلية وإقليمية ودولية تتركز على جوانب متعددة ذات علاقة بالسلامة المهنية وكيفية تحقيقها وتعزيزها وتوفير المستلزمات المادية والتنظيمية والاجتماعية لتوفرها في منظمات الأعمال بمختلف أنواعها[1].

- **الأمن الغذائي:**

فإن أول من أشار إلى مسألة الأمن الغذائي هو النبي العربي الكريم "محمد صلى الله عليه وسلم" عندما قال: "ضعه في اليد أمان من الفقر"، وهو الذي كان يستعيذ بالله من الكفر والفقراء والفقر معاً.كما أنه دعا لإحياء الأرض الموات واستصلاح الأرض وتطوير الزراعة والعمل عموماً، وحارب البطالة والتسوّل والربا والكسب غير المشروع وشجّع التجارة[2].

يشكل الأمن الغذائي ومشاكل البيئية تحدياً يواجهه جهود التنمية الاقتصادية والاجتماعية في مختلف دول العالم وبشكل خاص دول العالم النامي. فالبيئة تشكل مخزون الموارد الطبيعية التي يستغلها الإنسان للمحافظة على أمنه الغذائي ولا يمكن للتنمية أن تتم ولا يمكن للأمن الغذائي أن يتحقق بدون استخدام الموارد الطبيعية (غابات، ثروات معدنية، أنهار، بحيرات، ثروة سمكية وحيوية). ولكن

(1) للمزيد إلى:مولفاتنا " الأمن والسلامة المهني في الفنادق، دار رسلان، دمشق، 2012

(2) محمد فتحي الحريري،"مسألة الأمن الدوائي العربي"، مقال في مجلة الوحدة،العدد(84)، أيلول/1991،المغرب العربي-الرباط، ص190.

شرط أن تكون هذا الاستخدام رشيداً وعقلانياً بحيث يضمن تنمية مستديمة وأمناً غذائياً دائماً.

"ويعني الأمن الغذائي أن يستطيع جميع السكان وفي جميع الأوقات الحصول على الاحتياجات الأساسية من الغذاء".

فالأمن الغذائي لا يعني بالضرورة تحقيق الاكتفاء الذاتي بالنسبة البلد من البلدان من جميع المنتجات الغذائية، بل إمكانيات ضمان الإمداد بالغذاء.

- **الأمن الدوائي[1]:**

لا نقصد بالأمن الدوائي الاكتفاء الذاتي دوائياً. فالاكتفاء الذاتي أمر صعب التحقق لدى اغلب بلدان العالم، وقلما توجد امة على وجه الأرض تستطيع أن تحقق هذا الاكتفاء، ولكن عدم الاستطاعة هذا لا يعني بأية حال من الأحوال عدم استطاعتها على تحقيق الأمن الدوائي.

الأمن الدوائي ويقصد به" قدرتها على توفير الدواء ذاتياً أو استيرادها"، كذلك سعيها للحد من استعماله، وهو الجانب الوقائي من المسألة والذي يأتي ثمره لانتشار الوعي الصحي واللقاحات المبرمجة على نطاق واسع.

والأمن الدوائي العربي الذي ننادي به يقوم بالضرورة على ثلاثة أسس أمكن استنتاجها من دراسة جوانب المشكلة عربياً ودولياً، وهي:

- توفير الدواء استيراداً أو تصنيعاً.
- توزيع الدواء.
- حماية المريض العربي.

(1) محمد فتحي الحريري،" مسألة الأمن الدوائي العربي"، المرجع السابق، ص191

الأمن الصحي:

فالأسباب الرئيسية للوفاة في البلدان النامية تعود ولسوء التغذية والعيش في بيئة غير سليمة وشرب المياه الملوثة، إضافة إلى النقص الكبير من الخدمات الصحية في العديد من البلدان النامية. وهناك حوالي 17 مليون شخصاً يموتون سنوياً بسبب أمراض الجهاز الهضمي وأمراض الإسهال. وفي البلدان المتقدمة حوالي 5,5 مليون شخص يموتون سنوياً لأسباب علاقة مباشرة بالغذاء وأسلوب الحياة، وقسم كبير من حالات الوفاة يعود لها سباب بيئية.

الأمن البيئي:

يحتل الأمن البيئي مكانة هامة في أنحاء العالم كافة، أدت التطورات العاصفة في مجال الصناعة والنقل والخدمات والزراعية إلى تفاقم المشكلات البيئية على الأصعدة المحلية والإقليمية والدولية.

يُعرف الأمن البيئي بأنه "مجموعة السبل والإجراءات التشريعية والتنفيذية التي يتم بموجبها حماية البيئة ومواردها من التلوث والتدهور والدمار بهدف تامين حياة أفضل للبشرية. ومفهوم الأمن البيئي يعني تحقيق أقصى حماية للبيئة بكافة جوانبها في البر والبحر والهواء.

أيضاً يعرف" د. نور الدين هرمز": الأمن البيئي يعني ضمان توفر الموارد البيئية اللازمة والضرورية لحياة الإنسان من أجل البقاء ودون أن يكون مصدر تهديد وخطر على حاضره ومستقبله.

كما يُعرف الأمن البيئي بأنه" تلك الجهود المبذولة من المجتمع الدولي للحفاظ قدر الإمكان على ذلك التوازن الفطري والطبيعي للبيئة، والعودة إلى منسوبة الطبيعي بعد اختلاله بسبب تدخلات الإنسان وأنشطته المختلفة المقصودة منها وغير المقصودة.

إن تحديات الأمن البيئي تتطلب سياسية بيئية وقائية منسجمة مع حقائق البيئة ومع متطلبات التنمية المتجددة. وعندما يكون الأمن البشري بإبعاد المختلفة مكفولاً فإن النمو الاقتصادي والتنمية البشرية يتقدمان إلى الأمام.

للأمن البيئي مستويات عدة منها محلية وقومية وعالمية ويصنف أيضاً بحسب الموارد البيئية إلى أمن الماء والهواء والغذاء، ويضاف إليها أيضاً الأمن من الإشعاعات الكونية أو النووية... إلخ.

- **الأمن الاجتماعي:**

فهو يعني الاكتفاء المعيشي والاقتصادي والاستقرار الحياتي للمواطنين، كما يعني تأمين الخدمات الأساسية المادية والمعنوية، وتوفير الخدمات التعليمية والثقافية والتربوية، وكل ما من شأنه تأمين رفاهية الفرد والمجمع.

- **الأمن المائي:**

تتفاقم مشكلة المياه في الوطن العربي بسبب قلة الموارد المائية نسبياً في الوطن العربي، وبسبب عدم توازن توزيع هذه الموارد، وعدم عقلانية وترشيد استخدامها. وتطرح مشاكل المياه مسائل سياسية واقتصادية وصحية وغذائية وسلوكية وبيئية بالغة الخطورة والأهمية. وهذا ما يفسر احتلال مسألة المياه المركز الأول على جدول أعمال الأنظمة العربية المختلفة.

- **الأمن الثقافي:**

تستمد الثقافة الإنسانية قوتها من تنوعها وبذلك يمكن القول إن مهمة المحافظة على الثقافات المختلفة، وتأصيلها، وتطويرها تصب من المجرى العام لإغناء وإثراء الثقافية الإنسانية، وتتناقص شكلاً ومضموناً مع تيارات الانغلاق والعزلة.

تمثل قوة أية ثقافة، وتفسر مدى مساحتها في رفد الثقافية الإنسانية في أصالتها وتفردها. ولذلك فإن المهمة الثقافية المركزية تتمثل في تأصيل الثقافة لتستوعب التجربة التاريخية العميقة للشعب، وتطويرها لتعانق مستجدات العصر تواجه تحولاته.

- **الأمن السياحي[1]:**

يقصد بأمن السائح توفير عنصر الأمن والطمأنينة له منذ وصوله إلى البلاد وحتى مغادرته لها وذلك في نفسه وماله وعرضه وكل متعلقاته وأمتعته وحمايته من أية مضايقات أو جرائم قد تقع عليه. بمعنى جميع الاحتياجات.

ويعتبر الأمان أمراً رئيسياً ومادة أولية مهمة لصناعة السياحة وتفوق أهمية هذه الصناعة أهميته في الصناعات الأخرى لأن السياحة لا تنتعش ولا يقبل الناس على السفر إلى بلد تنعدم فيه مقومات الأمن

وكلما يعمّ البلد الآمان والنظام كلما ازدهرت السياحة وارتقت الشعوب وأتيح لها الالتقاء والتقارب والتفاهم بدل العزلة وسوء الفهم والتنافر والتناحر وقد قال تعالى في محكم القرآن الكريم: (إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ)

- **المفهوم الشامل للأمن:**

يعني المفهوم الشامل للأمن أن الأمن في المجتمع ككلٍ متكامل ولا يمكن تجزئته، وإن تحقيق الأمن عملية مرتبطة بعوامل سياسية واقتصادية واجتماعية والثقافية وإعلامية وفكرية.... الخ. تلعب منفردةً ومجتمعةً دوراً في تحقيق الاستقرار في المجتمع. وبات مؤكداً تعذّر تحقيق الأمن في المجتمع بدون تحقيق الاستقرار في هذه المجالات كافة.

(1) مصطفى يوسف كافي، صناعة السياسة – الأمن والجرائم السياحية، دار رسلان، دمشق.

- **الأمن الإعلامي[1]:**

يمثل الإعلام واحدة من حقائق العصر المتزايدة الحضور والتأثير الفعالية.

أصبح الإعلام صناعة، وأصبح رسالة، يستورد الوطن العربي مستلزمات الصناعية الإعلامية كافة، يستورد أصول قواعد وتقنيات (وأحياناً مضامين) الرسالة الإعلامية الأمر يعمّق التبعية التكنولوجية والقيمية.كثيراً ما يجري التواطؤ مع الذات لتجاهل حقيقة أن التكنولوجيا ليست شيئاً مجرداً أو محايداً، بل هي مشحونة بقيم المجتمع الذي أنتجها.

وبالتالي يجب أن ينتهي وهم استيراد هذه التكنولوجيا بمعزل عن قيمها.

يقوم تحقيق الأمن الإعلامي العربي على أسس أبرزها:

- إيجاد قدرٍ من الصناعات الإعلامية.
- وتقديم خطاب إعلامي عربي غني ومتطور ومُقنع.
- وتنويع وتطوير التعاون البيني العربي سواءً في مجال إقامة الصناعات الإعلامية أو في إنتاج المواد الإعلامية وتبادلها.

3) **الأمن الإعلامي والتنمية:**

الأمن بمفهومه الإعلامي يجعل من دائرته تتداخل إلى حد بعيد مع مفهوم التنمية بمفهومها الشامل لا سيما في حالة الدولة النامية، ولقد ربط بعض الباحثين أمثال (روبرت مكنمارا) مفهوم المن بمفاهيم التنمية، إذ يقول في كتابه (جوهر الأمن) إن:" الأمن هو التنمية بكافة أبعادها، وبدون التنمية لا يوجد أمن".

(1) د. أديب خضور، الأعلام الأمني، المكتبة الإعلامية، دمشق، 42وما بعد

ومع أن مفهوم الأمن اتخذ هنا معنىً اقتصادياً- اجتماعياً أكثر من المعنى الفكر السياسي أو العسكري، إلا أن ذلك لا يعني إغفال هذه الجوانب أو غيرها، بل يعني أن التنمية شرط أساس للأمن لا يمكن وجوده أو تحقيقه في غيابها أو بمعزل عنها. فتحقيق التنمية سيجلب حتماً الأمن، وبدوره فإن الأمن من أهم مقومات ومحفزات التنمية وأحد أهم شروطها.

ومن هذا المنطلق يستحيل على دولة تفتقر إلى عنصر الاستقرار والأمن إن تحقيق تنمية وتقدم، إلى درجة ذهب فيها بعض الباحثين إلى إقامة علاقة ترابط عكسية بين معدلات انتشار الجريمة ومعدلات التنمية[1]، بحيث اعتبر انتشار الجريمة من ضمن العوامل المهددة للمن القومي للدول والتنمية فيها. ليصبح الحفاظ على أمن الفرد وتعزيز احترام حقوق الإنسان ليس هدفاً أمنياً وحسب، بل هدفاً تنموياً ومؤشراً من مؤشراتها.

الخصائص الأمنية للدول العربية:

تتصف المجتمعات العربية فرادي ومجتمعة بالعديد من الخصائص الطبيعية والجغرافية التي تُعتبر في الوقت ذاته عوامل مساعدة في تحقيق الأمن وإرساء قواعده من جهة، ومتغيرات تجعل من هذه المجتمعات عرضة لاختراق أمنها من الخارج طمعاً بما يتميز به الوطن العربي من موارد وخيرات. ولعل من أهم الخصائص الأمنية الإيجابية التي تتمتع بها الدول العربية ما يلي[2]:

- الموقع الجغرافي في كون الوطن العربي يطل على مياه وشواطئ ومحيطات تعطيه أهمية عالمية كبيرة.
- سيطرة الوطن العربي على خلجان ومضايق بحرية هامة.

---

(1) نبيل رمزي اسكندر، الأمن الاجتماعي وقضية الحرية، علم الاجتماع وقضايا الإنسان والمجتمع، الكتاب السادس عشر، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1988، ص4.

(2) عبد الله الشيخ المحفوظ ولد بيه، المن في الإسلام وثقافة التسامح والوئام، منشورات أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 1999، العدد 203، ص22.

- يضم الوطن العربي عدداً كبيراً من الأنهار ذات المياه العذبة الصالحة للشرب.
- يحتل الوطن العربي موقعاً هاماً لحركة النقل العالمي براً وبحراً وجواً.
- اتساع رقعة الأراضي الصالحة للزراعة في الوطن العربي إذ تقدر مساحتها/700/ الف كم^2.
- يتميز وطننا العربي بتنوع مناخه ووفرة المراعي والثروات الطبيعية والحيوانية.
- لدى الوطن العربي ثروات معدنية ونفطية هائلة تقدر بحوالي(53،2 ٪) من احتياطي العالم من النفط.
- يضم الوطن العربي الأماكن المقدسة لجميع الطوائف في العالم.
- يعتبر الوطن العربي موطن اللغة العربية وهي إحدى اللغات العالمية الحية.
- باعتبار أن أراضي الوطن العربي شاسعة وموارده كثيرة فهذا يجعل فرص الاستثمار فيه كبيرة من مختلف أنحاء العالم.
- يتميز الوطن العربي بتمايز مكاني قلما نجد له مثيلاً في مناطق أخرى في العالم.
- وتشكل هذه القيم والخصائص الأمنية الكامنة في الوطن العربي قوة لا يستهان بها على خريطة العالم متى أحسن استخدامها وتوجيهها على ضوء ومبادئ ثابتة وواقعية تراعي المتغيرات في الوطن العربي.

وبقدر ما تحمله تلك القيم والخصائص الأمنية من عناصر القوة والثبات والتطور، وبقدر ما تعتبر عوامل مهمة في تحقيق الأمن والاستقرار والرخاء في الوطن العربي بقدر ما تجعل من الوطن العربي مطمعاً للقوى الخارجية للهيمنة على مقدراته، الأمر الذي يجعل من أمنه مهدداً على الدوام[1].

(1) علي اسعد بركات، الأمن الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 53.

الأمن وتحديات العالم العربي:

هناك تحديات عديدة تواجه العالم العربي، نذكر منها على سبيل المثال مشكلة المديونية الخارجية التي يرزخ العديد من دول الوطن العربي تحت وطأتها. وتسهم المديونية في استمرار التبعية الاقتصادية، وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة معدلات التضخم وانخفاض نصيب الفرد السنوي من الدخل القومي. وهذه الحال أدت في معظم الدول العربية إلى انتشار الرشوة والفساد وارتكاب الجريمة، الأمر الذي أدى إلى خلخلة النظام المني والاقتصادي والاجتماعي[1].

المخاطر الأمنية المحيطة بالوطن العربي:

تجابه الوطن العربي مهددات أمنية متباينة المستويات لكنها تظل تتمتع بخصوصية مختلفة ويمكن تصنيف المهددات الأمنية بحسب مصدرها بمهددات داخلية وأخرى خارجية.

المهددات الداخلية: مثل انتشار الجريمة وانحراف الشباب وانتشار الأوبئة والأمراض والفقر والمجاعة وتلوث البيئة والهجرة... من ضمن أهم مهددات الأمن في المجتمعات المحلية العربية.

المهددات الخارجية: فيعد الاعتداء الخارجي على أراضي الدولة وممتلكاتها ومقدراتها من أهم أشكال التهديد القادم من الخارج.

الإعلام والاستقرار الاقتصادي:

يدل مفهوم الأمن الاقتصادي على مجموعة من الإجراءات التي تكفل تأمين كافة جوانب العلمية الاقتصادية برمتها، بالشكل الذي يرفع من قدرة الدولة على تحقيق خطط التنمية الاقتصادية التي تهدف إلى رفع مستوى رفاهية شعوبها،

(1) علي فايز الجحني، الإعلام الأمني والوقاية من الجريمة، مرجع سبق ذكره، ص73.

ولا شك أن هناك علاقة وثيقة الصلة بين خطط التنمية الشاملة وما بين الخطط الأمنية أو الاستعدادات، سواء أكانت التنمية تستهدف القطاع الاجتماعي أو السياسي، أو الاقتصادي أو البيئي حيث أنها تسهم وتساعد على توطيد عوامل الاستقرار في المجتمع، والعلاقة هنا طردية، فكلما تطورت وتقدمت أنظمة المجتمع كان ذلك محققاً للأمن والاستقرار والطمأنينة بين أفراد المجتمع.

والأمن الاقتصادي يتضمن مجموعة من التدابير الأمنية الهادفة إلى حماية مؤسسات الدولة ومصالحها الاقتصادية، والتي تسهم في تحقيق عملية التوازن الاقتصادي بين الموارد والمصروفات مما يجنبها التبعية إلى دولة أخرى، وكذلك الوصول إلى نظم فاعلة لتوزيع المنتج الوطني حسب أولويته على مستحقيه من المواطنين أو بين الأقاليم بما ينعكس على المجتمع في صورة استقرار لنظمه السياسية والاجتماعية.

أما عن إجراءات الشرطة في الأمن الاقتصادي فإنها تتبلور في مراقبة السلوكيات الفردية والجماعية في شتى المجالات الاقتصادية للتأكد من التزامها بتنفيذ القوانين الاقتصادية التي تنظم الحياة الاقتصادية، بهدف منع ووقوع الجريمة أو بضبطها واتخاذ التدابير العقابية القضائية حيالها بما يردع الآخرين من الإقدام على ارتكاب ما يعرف بالجرائم الاقتصادية.

صور الأمن الاقتصادي:

- التأكد من تطبيق الأنظمة والقوانين التي تنظم الحياة الاقتصادية.
- حماية الثروات القومية وأدوات الإنتاج وتأمين المنشآت الاقتصادية وتأمين مصادر الطاقة.
- تأمين وحماية موارد الدولة المالية وذلك بمكافحة عمليات التهريب والتهرب من الضرائب، وضبط تزوير العملات ومراقبة الأسواق لمنع المضاربة والغش وكافة السلوكيات التي تضر بالاقتصاد الوطني.

- التعاون مع الشرطة الدولية في هذا الشأن وخاصة في ضبط أعمال الإرهاب والعنف وتتبع المجرمين في الجرائم الاقتصادية المختلفة.
- تحقيق الأمن الإعلامي والاجتماعي، بما ينشر الاستقرار والسكينة والطمانينة بما يضمن أمن المنشآت كافةً.

الأمن والاستقرار الاجتماعي:

ويأخذ البعد الاجتماعي للأمن بشكل عام والبعد الاجتماعي بشكل خاص الاتجاهات التالية:

الاتجاه الوقائي للبعد الاجتماعي:

ويتحقق ذلك من خلال الحد من مخاطر الجريمة وكافة الظواهر الشاذة التي تهدد أمن المجتمع بمنع الجريمة بشتى أنواعها قبل وقوعها وتصعيب مهمة ارتكابها، وهذا من مهمة الأمن بحماية أفراد المجتمع وكذلك الوافدين، الأمر الذي يؤدي إلى تقليل كلفة الجريمة وتداعياتها وإضفاء الشعور بالطمأنينة والإحساس بالأمن.

الاتجاه الإنساني للبعد الاجتماعي:

وهو الجهد الذي تبذله أجهزة الأمن في مجال الخدمات العامة والذي من شأنه أن يقلل من معاناة الجمهور وتسهيل الانتفاع من الخدمات المرفقية التي توفرها الدولة، وتشعره بالاحترام والمحافظة على صون حريته وكرامته وإنسانيته ومعالجة مشكلاته اليومية من منطلق إنساني.

الاتجاه القيمي للبعد الاجتماعي:

يتجه دور الأمن في هذا المجال لتحقيق التوفيق بين سلوك الأفراد وقيم المجتمع، ويسعى ليس فقد لاحترام القوانين والأنظمة المرعية، بل إلى احترام أخلاق

وقيم وتقاليد المجتمع سواءً تلك التي تدخل المشروع لحمايتها بشكل مباشر، أو تلك التي لم يتدخل وتركها لمشيئة أفراد المجتمع.

ويقوم البعد القيمي للأمن على تهيئة المناخ الفكري والسلوكي لمعطيات التنمية ويزيل التناقض بين ما يعرف بالنسق الاجتماعي من جهة والقانون من جهة أخرى، فإن زيادة معدلات الجريمة وظهور أنماط جديدة منها لا يمكن أن تفسر إلا بوجود اختلاف بين النسق الاجتماعي والقانون.

يعد الأمن والاستقرار والحضارة الإنسانية وجهان لعملة واحدة، ومن هنا يمثل هذا الاتجاه للبعد الاجتماعي مرآة، وهناك إجماع على وجود علاقة طردية بين الأمن والاستقرار من جهة والحضارة الإنسانية من جانب آخر.

☒ النمو الاقتصادي مفتاح الأمن:

يشكل الاقتصاد نواة التنمية، والتنمية هي مفتاح الأمن والاستقرار، وتعاني معظم دول العالم اليوم من أزمات اقتصادية متنوعة، فأعداد الذين يعيشون تحت خط الفقر في العالم في تزايد مستمر، ومشاكل التضخم والبطالة والفساد أصبحت من سمات العديد من اقتصاديات العالم وبخاصة النامي منه.

وتنسحب هذه الصورة على اقتصاديات الوطن العربي التي تعاني أيضاً من إهمال للعوامل الأساسية المؤدية إلى تنميتها بشكل فعال، وبخاصة ما يرتبط منها بمسائل التكامل الاقتصادي بين الدول العربية. ويرجع العديد من الباحثين العرب أسباب سوء أوضاع الاقتصادية في الوطن العربي، وبالتالي تهديد أمنها المعيشي والاجتماعي إلى فشل السلطات الحكومية وسوء إدارتها للمجتمع، فالسلطات الحكومية للمجتمعات العربية فشلت في حماية المن القومي، وفشلت في حماية حدودها القطرية، وهي وإن حققت بعض مظاهر النمو الاقتصادي لكنها لم تحقق تنمية لم تحقق تنمية حقيقية، كما أنها فشلت في مواجهة إسرائيل، وفي تحقيق الوحدة العربية، وفي تحقيق الديمقراطية، وخلفت في النهاية جسماً مريضاً....

وفرضت إغلاق باب الاجتهاد في الفكر السياسي العربي وقصرته على ما يتعلق بالحكم وأيديولوجيته، وعمدت إلى تيئيس المواطنين، واستخدام القمع والقهر، وانحرفت عن تحقيق طموحات الشعب العربي، وفضلت ممارسة خلافاتها الأمنية ولم تفضل بينها وبين المصالح القومية، فهي تغلق الحدود، وتمنع انتقال المواطنين والبضائع والاستثمارات، وتطارد عناصر النهضة والفكر المستنير والفكر القومي.... لقد أدى إهمال الأسئلة الاقتصادية الحيوية إلى بروز نوع من الانفصامية في المجتمع، فقد حدث تغير اجتماعي واسع صاحبه إحباط اجتماعي واسع، ونما قطاع التعليم لكن ما زالت نسب الأمية مرتفعة، وفي المجتمع العربي تتجمع الثروات الخيالية وغير المعقولة وبذات الوقت نجد نسبياً كبيرة من سكانه دون خط الفقر، ووصلت إلى الحكم طبقات اجتماعية جديدة وضاق في الوقت نفسه حيز المشاركة السياسية.... فكيف في ظل كل ما سبق يمكن للمجتمع العربي أن يحقق أمنه الاجتماعي.

وإذا انتقلنا إلى مفهوم الأمن القومي كقضية مجتمعية، نجد أن "روبرت ماكنمارا" وزير الدفاع الأمريكي الأسبق يؤكد في كتابه "جوهر الأمن على البعد الداخلي للأمن حيث يقول:

"إن الأمن معناه التنمية. والأمن ليس هو المعدات العسكرية، وإن كان يتضمن لمعدات العسكرية. والأمن ليس هو القوة العسكرية، وإن كان يتضمنها، والأمن ليس النشاط العسكري التقليدي، وإن كان قد يشمله. إن الأمن هو التنمية، وبدون التنمية لا يمكن أن يوجد أمن. والدول النامية التي لا تنمو في الواقع لا يمكنها ببساطة أن تظل آمنة بسبب عنيد، هو أن مواطنيها لا يمكنهم أن يتخلوا عن طبيعتهم الإنسانية". مبرزاً أنه"كلما تقدمت التنمية، تقدم الأمن، وكلما نظم الناس مواردهم الإنسانية والطبيعية لمد أنفسهم بما يحتاجونه إليه وما يتوقعونه من حياتهم وتعودوا على التوفيق السلمي بين المطالب المتنافسة في إطار المصلحة القومية الأكبر، فإن درجة مقاومتهم للعنف والفوضى سوف تتزايد بدرجة كبيرة".

ويؤكد أحد الخبراء العرب على "أن قضيتي التنمية والأمن العربي يكملان بعضهما البعض، ولا يمكن الفصل بينهما. وإذا كانت المحاولات المبذولة لمضاعفة حجم الإنفاق وتكثيف الجهود في مجالات الأمن الداخلي والوطني، لو ترتبط أصلاً ببرامج وخطط تنموية شاملة وقائمة على أسس مدروسة وقادرة على أن تقود المجتمع نحو آفاق حضارية متقدمة، فإنها لا تعدو أن تكون محاولات فاشلة وعاجزة عن تحقيق الأمن المأمول. وستبقى عمليات إنفاق من أجل الحفاظ على أقلية الأنظمة والسلطات الحاكمة أكثر منها من أجل تحقيق الأمن الوطني والقومي المشترك".

⊠ واقع الإعلام الأمني العربي:

حيث يتجلى واقع الإعلام الأمني العربي في النقاط التالية:

1. **الافتقار إلى فلسفة إعلامية أمنية عربية واضحة ومحددة:**

تعني الفلسفة الإعلامية مجموعة النظريات والأسس والمنطلقات والاستراتيجيات التي تشكل الإطار الفكري– الإيديولوجي العام، التي يقوم عليها الإعلام الأمني العربي، وينطلق منها لتحقيق أهدافه.

تعتبر الفلسفة الإعلامية الأمنية إطاراً نظرياً ضرورياً من اجل ترشيد الممارسة وعقلنتها، وجعلها تنتظم في المسارات المطلوبة، من أجل تحقيق الغايات المنشودة.

وتعتبر قضية امتلاك فلسفة إعلامية أمنية واضحة ومحددة مؤشراً على مدى غنى وثراء وعمق وأصالة التجربة الإعلامية الأمنية.

2. الافتقار إلى استراتيجية إعلامية أمنية عربية واقعية:

إذا كانت الفلسفة الإعلامية هي الأصل والجذع، فإن الاستراتيجية الإعلامية الأمنية، وما تتطلبه من سياسات وبرامج وخطط، وهي الفروع والأغصان. ولذلك فإن الاستراتيجية توضع دائماً في ضوء الفلسفة وإستناداً إليها.

3. السياسات الإعلامية:

تعني السياسة الإعلامية تركيب معقد من الأفكار والتوجهات والمشاريع والبرامج والخطط، التي توضع في كل مجال من المجالات الأمنية، في ضوء الفلسفة والاستراتيجية الإعلاميتين، ومن أجل تحقيق الأهداف المحددة في كل المجالات. تعتبر السياسة الإعلامية الأساس الذي تقوم عليه الممارسة الإعلامية، والأداة التي تجعل مجمل النشاطات الإعلامية تقع على محور واحد من أجل إنجاز الأهداف الموضوعة في مختلف المجالات الأمنية.

4. الغياب النسبي للخطط والبرامج:

الفلسفة الإعلامية تكثيف للفلسفة العامة التي تضبط حركة المجتمع في المجالات كافة. والاستراتيجية الإعلامية هي الإدراك العميق والشامل والبعيد المدى لدور الإعلام في المجتمع. والسياسة الإعلامية هي تجلي الإستراتيجية وترجمتها في مجال محدد. أما الخطط والبرامج فهي الترجمة العملية للسياسة الإعلامية في ضوء الظروف والإمكانيات، وعلى أساس المهام المطلوب إنجازها في مرحلة معينة وفي مجال معين.

تفتقر الحياة الإعلامية الأمنية العربية إلى الخطط والبرامج التي تمكن الممارسة الإعلامية من أن تسيطر على مجالاتها، وأن تكون مفاعلة في هذه المجالات، وأن تعرف مواقع أقدامها، وتخضع نشاطاتها وفعاليتها لقواعد البرمجة والتخطيط بشكل لا يتناقض مع حيوية النشاط الإعلامي ومرونته. أدى الافتقار النسبي إلى

الخطط والبرامج إلى سيادة موقف الانفعال، وهيمنة دور الأفعال، وسيطرة التغطية العشوائية المزدحمة بالمناسبات الرسمية، والاعتبارات المزاجية والذاتية، وعدم التوازن، والكثير من الضجيج والقليل من الوعي.

5. ارتباك عملية تحديد الأهداف:

يزدحم المناخ الإعلامي الأمني العربي بما يطلق عليه "الأهداف". المفاهيم دائماً ملموسة، ونتاج واقعها ومجتمعها. نقيم الأهداف الموضوعية وفق المعايير العلمية التالية:

- تتم عملية تحديد الأهداف في ضوء الفلسفة والاستراتيجية والسياسة، وعلى أساس التشخيص والتحليل والتقييم للواقع الملموس.
- تتم عملية تحديد الأهداف وفق المعطيات الخاصة والمحددة للمرحلة، وفي ضوء المهام المطلوب إنجازها في مجال محدد.
- تتم عملية تحديد الأهداف وفق الإمكانيات المادية والبشرية المتوفرة والمتاحة.
- تُحدد الأهداف بشكل واضح، ومحدد، ودقيق. الأهداف العامة والضبابية تؤدي إلى الحيرة والتشوش والارتباك.
- تُحدد الأهداف بشكل مفهوم ومقنع.
- تُحدد الأهداف بشكل واقعي، وتكون قابلة وممكنة التحقق في ضوء الظروف والمعطيات والإمكانيات والبشر المعنيين. الأهداف المتعالية على الواقع، تتحول إلى مجرد شعارات مشحونة بالانفعال والتضليل.

في ضوء ما تقدم نفهم واقع الإعلام الأمني العربية، وانطلاقاً منه واعتماداً عليه نجتهد لتحديد أولويات تطوير الإعلام الأمني العربي وفق منهجية علمية صارمة. آخذين بعين الاعتبار الحقائق التالية الملموسة:

- صعوبة التأصيل النظري لمجال إعلامي جديد ذي طبيعة إشكالية وهو الإعلام الأمني.

- صعوبة التخطيط الاستراتيجي للممارسة الإعلامية الأمنية وغياب فلسفة إعلامية واستراتيجية إعلامية وسياسة إعلامية، وكذلك في غياب الحسم المفاهيمي لمقولة الأمن.
- صعوبة التخطيط الاستراتيجي للممارسة الإعلامية العربية في غياب المرجعية، أو في عدم ملاءمتها إن وُجدت.
- صعوبة التخطيط الاستراتيجي لتغيير وضع معين، رسَّخ قيماً وتقاليد ومفاهيم وأساليب عمل، ترتب على وجودها واستمرارها مصالح معينة.
- صعوبة التخطيط الاستراتيجي للممارسة الإعلامية العربية في غياب الإمكانيات المادية والبشرية المطلوبة.
- صعوبة التخطيط الاستراتيجي للممارسة الإعلامية العربية في مناخ يعاني فيه العمل المشترك عموماً، وفي مجال الإعلام والإعلام الأمني خصوصاً، نقاط ضعف ذاتية وموضوعية، تحد من فاعليته، وتقييد حركته، وتطرح حتى حقيقة وجوده أحياناً للمساءلة.

أسئلة الفصل السابع عشر

Question Of Chapter(17)

- السؤال الأول: وضح مفهوم الأمن لغة واصطلاحاً؟.
- السؤال الثاني: عرّف الأمن.
- السؤال الثالث: وضح من خلال الرسم منظومة المن الشامل؟.
- السؤال الرابع: تكلم عن أبعاد الأمن البشري.
- السؤال الخامس: وضح مفهوم كلٍ مما يأتي:

- الأمن الشرطي.
- المن الجنائي.
- الأمن القومي. موضحاً متغيراته: متغيرات التوازن – متغيرات الرفاهية– القدرة العسكرية. وما هي ركائزه
- الأمن الوطني.
- الأمن القطري.
- الأمن السياسي.
- الأمن الاقتصادي.
- الأمن الصناعي.
- الأمن والسلامة المهنية والصحية.
- الأمن الغذائي.
- الأمن الدوائي.
- الأمن البيئي.
- الأمن الصحي.
- الأمن الاجتماعي.
- الأمن المائي.
- الأمن الثقافي.
- الأمن السياحي.

- الأمن الشامل.
- الأمن الإعلامي.

- السؤال السادس: اكتب معادلة القوة الشاملة، ثم بيّن كيف تحتسب؟.
- السؤال السابع: هناك مجموعة من العوامل والمتغيرات ترتكز عليها القوة الشاملة، ولقد حصرها أحد الباحثين في سبعة متغيرات،المطلوب وضح هذه المتغيرات بشيء من الدقة حسب تسلسل أهميتها.
- السؤال الثامن: وضح كيف يتحدد القدرة العربية، اكتب معادلتها؟.
- السؤال التاسع: يقال: أن الأمن هو التنمية بكافة أبعادها، وبدون التنمية لا يوجد أمن".(ما رأيك داعم إجابتك على الواقع العربي).
- السؤال العاشر: ما هي أهم الخصائص الأمنية الإيجابية التي تتمتع بها الدول العربية؟
- السؤال الحادي عشر: ما هي المخاطر الأمنية المحيطة بالوطن العربي؟.
- السؤال الثاني عشر: تحدث عن الإعلام والاستقرار الاقتصادي.وما هي صور الأمن الاقتصادي؟.
- السؤال الثالث عسر: تحدث عن الإعلام والاستقرار الاجتماعي وما هي أبعاده الوقائية والإنسانية والقيمية.
- السؤال الرابع عشر: يشكل الاقتصاد نواة التنمية، والتنمية هي مفتاح الأمن والاستقرار (ناقش ذلك).
- السؤال الخامس عشر: بماذا يتجلى واقع الإعلام الأمني العربي.

الفصل الثامن عشر

الإعلام العربي التنموي البيئي....
ورؤى مستقبلية

الفصل الثامن عشر

الإعلام العربي التنموي البيئي.. ورؤى مستقبلية

إن واقع الإعلام العربي ليس واقعاً مرضياً. وهو في أزمة مع الذات والمحيط. وهذه الأزمة جزء من أزمة الواقع العربي المأساوي. وفي ظل الحالة الراهنة لا يستطيع الإعلام العربي القيام بالمهام المرجوة منه إلا إذا توافرت الظروف الملائمة، والبيئة الصحية والاستخدام الجيد، والتطوير المناسب. ومن وجهة نظرنا التحقيق ذلك لا من:

1. التفكير ملياً في جدلية الصراع القائم في الواقع والمتمثل في أن المشروع العربي الوحدوي الديمقراطي النهضوي لا يمكن أن تكتب له الحياة إذا لم يلحق الهزيمة الحاسمة بالمشروع المقابل ألا وهو المشروع الإسرائيلي الصهيوني المدعوم بالقوة الأمريكية.
2. على العرب التوحد والتعاضد والتضامن والتكاتف وصولاً إلى الوحدة من خلال التركيز على الأصعدة الاقتصادية والسياسية والثقافية والعسكرية. أي "مشروع قومي عربي نهضوي" وهذا المشروع لا يكتمل دون مساهمة وسائل الإعلام العربية، فالإعلام العربي يشكل جزءاً أساسياً من هذا المشروع لأنه منطقياً بل وعملياً لا يمكن إنجاز أي مشروع يقوم على فعل الأفراد دون تفعيل في إرادة هؤلاء الأفراد .(أي بالمشاركة)، ويلعب الإعلام دوراً كبيراً في عملية الإقناع، والرأي العام.
3. تفعيل المشاركة السياسية، والقدرة على التأثير في صنع القرار بما ينسجم مع ضرورات بناء المجتمع المدني، والإصلاح السياسي والاقتصادي والاجتماعي وكذلك الإداري والثقافي بحاجة ماسة إلى هذه المشاركة العامة من المجتمع. فهو لا يقتصر على فئة محددة أو طبقة اجتماعية بعينها، فالممارسة هي الأساس.
4. تكوين ثقافة ديمقراطية، تأخذ بالرأي والرأي الآخر، وذلك من خلال الممارسات في العلاقات الاجتماعية بين الأفراد أنفسهم، وبين الأفراد

والجماعات، وبين هذه الجماعات والأنظمة السياسية، على أن لا تعني الديمقراطية الفوضى والميوعة، بل ما تعنيه في حقيقة الأمر بناء دولة المؤسسات والقانون وحماية الحريات. وبغياب هذه الثقافة لا يمكن الحديث مطلقاً عن ديمقراطية، كما أن وعي هذه المسألة من مختلف الشرائح والطبقات الاجتماعية يعدّ أمراً ضرورياً.

5. فرضتها الحالة العربية المتردية. وهذا من واجب الأفراد والمؤسسات التربوية والثقافية والإعلامية وكذلك الأسرة العربية. وهي مهمة وطنية إنسانية لبناء مجتمع قابل للتطور والحياة.

6. ضرورة تامين إعلاميين العرب القادرين على جذب المواطن العربي إلى المشروع العربي الوحدوي النهضوي وتكريس اهتماماته لتصب كل طاقات الأمة العربية لإنجاز المشروع المصيري للعرب.

7. الاستفادة من معطيات الثورة المعلوماتية ومن الشبكة العالمية "الانترنت" لتوضيح أبعاد قضية الصراع في المنطقة وتكوين الرأي العام العالمي المؤيد للحق العربي، والدخول في هذا المجال أصبح متاحاً لأن ثورة المعلومات تعطي القدرة لوسائل الإعلام العربية على الانتشار عالمياً، وبمقدار ما يمتلك الإعلاميون العرب من معارف بأساليب العمل الإعلامي يستطيعون إقناع الرأي العالمي بالقضية العربية ويؤمنون مؤيدين لهذه القضية في شتى أصقاع العالم.

8. التغيير السياسي والاقتصادي والاجتماعي والإداري والثقافي في الدول العربية. وهذه حاجة ملحة وضرورة داخلية لإحداث التطور الممكن في المجتمعات العربية. وهي تمثل وضعية مركبة وليست أحادية والنتيجة. وتتطلب الإرادة السياسية، والصم في المواقف دون تردد واتخاذ الخطوات في هذا الاتجاه بشكل تدريجي وعقلاني بحيث تؤمن الاستقرار، وتزيد من المناعة الإقليمية. وهي بحد ذاتها عملية تهم الجميع، وتعتمد على قدراتهم ورؤيتهم للمستقبل. فدون هذا التغيير تبقى وضيعة الإعلام العربي وضعية مسلولة وغير فعالة.

9. الانطلاق في الخطاب الإعلامي العربي من النظرة القومية الوحدوية لأجزاء الوطن العربي، ومن احترام العمق الروحي والتراثي للمواطن العربي، بما

يستجيب لحاجات الناس وينسجم مع الأهداف المنشودة، بالإضافة إلى إتباع سياسة الحوار، والارتقاء بإمكانات المؤسسات الإعلامية وأدائها لمواكبة الثورة الإعلامية الراهنة بشكل عقلاني ومتطور.

10. تشكيل منظمات أهلية للإعلاميين العرب تتمتع بقدر كبير من الاستقلالية، وتهتم بشؤونهم، على أن تكون المسائل المهنية، وقضية الحريات، والإسهام في الخطط التنموية من أولوياتها.

11. الاهتمام بشكل جدي وصارم بموضوع التأهيل الإعلامي للوصول إلى كوادر إعلامية مؤهلة ومتطورة ثقافياً واجتماعياً وحضارياً تستوعب كل ما هو طارئ وجديد. واعتماد مبدأ الكفاءة والاختصاص والمهنية العالية لأية إطلالة عن الجمهور، والاهتمام الفائق بالتخصصات المهنية ضمن المؤسسة الواحدة وخاصة على الصعيد الاقتصادي والإداري، فنحن بحاجة ماسة إلى متخصصين إعلاميين مسلحين بالمعرفة والثقافة البيئية في مجالات مهمة ومتنوعة.

12. ممارسة الإعلام العربي لدور تحريضي وتربوي وبيئي في آن معاً لاستنهاض القدرات الكامنة لدى المواطن العربي باتجاه قضاياه الأساسية، وبالخص قضية المصير والوجود التي يجب ألا يعلو عليها اية قضية أخرى، ومن الواجب هنا أن يمارس الإعلامي العربي حرية التعبير بمنتهى الموضوعية حتى يكون مقنعاً في طروحاته، فالحرية والمسؤولية هما الجانبان الأكثر ملائمة إعلامياً لخدمة الدول العربية الوحدوية..

13. إحداث مؤسسة إعلامية عربية قومية تشترك بها كل الدول العربية وليكن لها قناة فضائية قومية تمثل القاسم المشترك للعرب من أقصى الوطن العربي إلى أقصاه وأن تدعم وتمول لمؤسسة مستقلة كان تصدر عن الجامعة العربية ولكن باستقلال ونهج قومي بعيد عن الصراعات والنزاعات القطرية والمحلية، تؤسس لجيل عربي موحد النظر والرؤية المستقبلية.

14. السعي في معرفة ظروف الجمهور وتوجهاته، وتلبية حاجاته المادية والمعنوية، والاهتمام بإيجابية بآرائه وتطلعاته، والتعليق عليها، والتنويه بأهميتها، والبحث عن قنوات اتصال جديدة تجعله أكثر قرباً منه، وذلك لبناء عنصر

الثقة الذي يعدّ شرطاً ضرورياً للإطلاع بالمهام الموكولة إليه والنظرة للمستقبل بأمان واطمئنا.

15. التفاعل مع مختلف الفعاليات السياسية والثقافية والاجتماعية العربية لبناء برنامج تنموي عربي يستطيع التصدي لبعض التحولات الإقليمية والدولية التي تؤثر سلباً في الحياة العربية وطرح البديل الفعلي، كظاهرة العولمة التي تحتاج جميع الحدود الجغرافية والسياسية دون رحمة. فعلى الإعلام العربي تسليط الضوء على طابع الهيمنة لهذه الظاهرة الدولية والتي أخذت في عالمنا الراهن شكلاً وحجماً واستقطاباً سياسياً واقتصادياً وثقافياً أكثر وضوحاً وعدوانية بسبب شروط التطور غير المتكافئ بين الشعوب وسيطرة القطب الواحد. فلقد أضحت هذه الظاهرة شكلاً من أشكال العنف السياسي والاقتصادي والثقافي. وإن تابع الإعلام العربي نشأة هذه الظاهرة وبيان أهم مؤثراتها لا بد أن يضع سياسات إعلامية شاملة ترتبط بالأهداف الوطنية والقومية على الصعيد السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي، والدعوة إلى تعميق دور مراكز البحوث العلمية، والاهتمام بدراسة الرأي العام، ومحاولة التعرف عليه عن قرب والمناداة بالاعتراف بحق الاتصال، وحق الأفراد في التعبير، وإمكانية المؤسسات الإعلامية في الانتفاع من مصادر المعلومات للوصول إلى الحقيقية، والتمسك بالهوية القومية ومكوناتها الثقافية.

16. تنظيم حملات إعلامية تنموية عربية لدعم ميول الجمهور وتنشيطها نحو أهداف اجتماعية محددة. ولتنفيذها يجب تجزئة شرائح الجمهور وتحليلها، ودراسة الواقع بدقة، وتحديد العوامل الاجتماعية والعقبات القانونية والسياسية والأخلاقية. وإبراز الأهداف الاتصالية لحظة إعلامية مدروسة.

17. العمل على إحداث صناعة إعلامية بيئية عربية تنسجم مع الذات القومية، وهي تتطلب موارد مالية جديدة وحالة تسويقية متطورة تتزامن مع تطور دور القطاع الخاص في التنمية، مما يهيئ لصناعة إعلان عربي واسع النطاق بخلق حالة من التوازن بين حجم المؤسسات الإعلامية وحاجتها للإعلان بوصفه مورداً مالياً يحفظ لها شيئاً معقولاً من الاستقلالية.

تخفيف الموانع القانونية المفروضة على المؤسسات الإعلامية وإصدار تشريعات تحمي الإعلامي وتصون حقوقه. فالحرية هي التي تفجر الطاقات الإبداعية وترفع من مستوى المؤسسة الإعلامية في أجواء من المنافسة.

18. تغيير النظرة الرسمية نحو الإعلام على انه أداة للتغيير وليس سلعة تباع وتشترى، أو آلة موسيقية تعزف حينما يريد صاحبها أن يعزف. فالإعلام من الواجب أن يكون في خدمة المجتمع، يهتم بالقضايا الأساسية التي تهم مجموع الناس. بحيث يخرج من نطاق السلطة والمتنفذين، وينطلق من دوافع ذاتية وعامة للبحث عن الحقيقة وتشخيصها وتسليط الضوء عليها مهما كانت الظروف(1).
19. إقرار إعلان إعلامي على غرار ما تم في اليونيسكو ويكون بمثابة ميثاق الشرف الإعلامي مما يسهم في تدعيم حقوق الإنسان العربي، وإقرار التآخي، وتدعيم القيم الروحية السمحة والأخلاقية الفاضلة، ومواجهة العدوان الصهيوني، والاختراق الثقافي بمختلف جوانبه.
20. توظيف وسائل الإعلام الحديثة في إطار قومي وعلى أسس التكامل وخاصة فيما يتعلق بالاستعمالات للأقمار الصناعية وشبكات المعلومات والصناعات الإلكترونية. واعتماد ما يساعد منها على اختصار المراحل في العمل الإنمائي وتوثيق أواصر التعاون العربي.
21. استخدام السوق العربية كعامل في تطوير قدرة تقنية إعلامية عربية في إطار مجموعة متنوعة مثل العلاقات العربية الاقتصادية والسياسية.

تدعيم التعاون بين مؤسسات التكوين والتدريب الإعلامي وتوحيد مناهج التعليم وأساليبه وتعريبها، حيث هي لم تعرب. كما أنه من الضروري العمل على تدعيم أسس جديدة للبحوث الإعلامية والدراسات ورف مستوى مناهجها الأكاديمية وتعزيزها بالخبرة التقنية والتدريب الكافي.

(1) د. جمال الجاسم المحمود، مرجع سبق ذكره ص 264 وما بعد...

22. إن التخطيط المشترك والتنسيق وتوزيع الأدوار بين مختلف المعنيين بالعمل الإعلامي في المستوى القومي هي متطلبات ضرورية، إلا أن ذلك لا يكفي وحده بدون هياكل مشتركة، لذلك فإن التفكير الجدي في إقرار نظام عربي جديد للإعلام والاتصال يفترض تدعيم الهياكل القائمة وإحداث هياكل جديدة حيث يدعو الأمر.
23. إنشاء مؤسسات عربية متخصصة للإنتاج الإعلامي وخاصة الإنتاج الذي يخدم أغراض التنمية ويدعم القيم الحضارية والتاريخية المشتركة.

إحداث مركز عربي لتكوين الإطارات والدراسات لوضع التصورات العربية للاستعمالات الإعلامية في مختلف المجالات.

24. إحداث وكالة انباء عربية تحظى بدرجة كافية من الاستقلالية تبث الخبر والصورة، ولا ينحصر نشاطها في المجال السياسي فحسب بل يشمل المواضيع الأخرى ذات الطابع الاقتصادي والاجتماعي والحضاري عامة. وهي موجهة لخدمة التعاون العربي وتقديم صورة عربية متكاملة للعالم.
25. إنشاء محطات بث إذاعي موجهة إلى مناطق العالم الرئيسية وشعوبها لتعريفها بحقائق العالم العربي من تراث وثقافة وحضارة ومعتقدات سماوية ويتخلل برامجها عرض موضوعي لحقيقة القضايا القومية العربية، وذلك لتصحيح الأفكار الخاطئة والصور المشوهة التي تبث عنا وسائل الإعلام الأجنبية.
26. إنشاء مؤسسة عربية للعلاقات الدولية مهمتها سد الثغرات الراهنة وبناء الجسور مع الشعوب الأخرى، ومقاومة الدعايات المضللة، وتعريف الرأي العام العالمي بحقائق الأوضاع العربية وكذلك إقامة علاقات التعاون مع المنظمات والاتحادات العربية والإسلامية وغيرها من جمعيات الصداقة والجامعات الأجنبية ودعمها ودعمها مالياً بقدر مستوى فاعليتها في المجتمعات الغربية. وينبغي أن تحظى هذه المؤسسة بما يكفي من الاعتمادات التي تسمح لها

بمواجهة حاجاتها وتنظيم ميزانيتها وذلك من خلال فائض الأموال المخصصة لها ومردود استثماراتها..

27. مساعدة الدول العربية المحتاجة والدول الشقيقة في إفريقيا وآسيا على تحقيق بعض الإنجازات الإعلامية مثل وكالات الأنباء والمطابع ومحطات والإذاعات، ومراكز الإعلاميات ومعاهد التكوين وغيرها[1].

كما أن قيام الوحدة الاقتصادية – الإعلامية العربية أو التكتل الاقتصادي الإعلامي العربي أو السوق العربي المشتركة يعتبر ركيّزة مواجهة تحديات العولمة لأسباب متعددة منها:

28. إن التكتل الاقتصادي يساهم مساهمة كبرى في رفع مستوى الإنتاجية للأقطار العربية وتوسيع قاعدتها، وفي ترسيخ المناخ الاقتصادي الملائم، شرط أن تحسن الدول العربية تطبيق الخطوات الآيلة إلى التقارب الاقتصادي والإعلامي، بل وأكثر من ذلك، فإن الوحدة الاقتصادية العربية في الوقت الراهن لها مضمون آخر تنامت أهميته كثيراً في ظل مسيرة العولمة، وهي القوة التفاوضية المنبثقة عن الوحدة تجاه الكتل السياسية والاقتصادي أو الدول الكبرى خارجها[2].

نرى ضرورة وإمكانية التفكير بشكل تنظيمي جديد كأولوية هامة لتطوير الإعلام الأمني العربي وفق التوجهات الجديدة. ونرى إمكانية أن يأخذ هذا الشكل الصيغة التنظيمية – الإدارية التالية:

---

(1) د. مصطفى مصمودي، مرجع سبق ذكره.

(2) د. سمير المقدسي،"التكتل الاقتصادي العربي والعولمة على مشارف القرن الحادي والعشرين" مجلة شؤون عربية، أيلول 2000، ص 146.

1. المكتب العربي للإعلام الأمني:

يمثل هذا المكتب هيئة مستقلة، مسؤولة أمام جهة عربية وصائية عليا يتم الاتفاق عليها (احد مكاتب الجامعة العربية مثلاً). ويضم هذا المكتب ممثلين عن جميع المكاتب القطرية للإعلام الأمني. الأمر الذي يضمن تمثيل أعلى مستوى عربي من الخبرة والاختصاص في المجال الإعلامي الأمني والمجالات المتعلقة به.

- يمكن تحديد المهام الأساسية لهذا المكتب على النحو التالي:

  - العمل على وضع فلسفة الإعلام المني العربي.
  - وضع الإستراتيجية العامة للإعلام المني العربي.
  - وضع السياسات الإعلامية الأمنية العربية.
  - تحديد وظائف ومهام الإعلام الأمني العربي.
  - تحديد الأهداف العامة للإعلام الأمني العربي.
  - وضع خطة مركزية لتأهيل (وإعادة التأهيل) الكوادر الإعلامية الأمنية العربية.
  - تأسيس مركز المعلومات المني العربي.
  - التنسيق والإشراف والتعاون مع المكاتب القطرية للإعلام الأمني.
  - إصدار الصحف والمجالات والنشرات الكفيلة بتحقيق استراتيجية وسياسات وأهداف الإعلام المني العربي.
  - يشكّل هذا المكتب لجاناً فرعية متخصصة في المجالات الإعلامية الأمنية المختلفة وفي الوسائل الإعلامية المختلفة، (لجنة الإعلام الأمني الشرطي، القومي، البيئي..... الخ) تكون مهام كل لجنة هي ذات مهام المكتب ولكن في مجالها المحدد.

وبالتالي فإن كل لجنة تأخذ على عاتقها وضع فلسفة واستراتيجية وسياسة إعلامية أمنية عربية في مجال تخصصها وتساهم في الوقت ذاته في وضع الفلسفة والاستراتيجية والسياسات والأهداف الإعلامية الأمنية العربية.

يشكل المكتب لجنة خاصة تتولى مهمة إعداد البحوث والدراسات الهادفة إلى التأصيل النظري والعلمي والعصري والمتطور الإعلامي الأمني العربي، ومواجهة ودراسة العقبات والمشاكل التي يمكن أن تواجه مسيرة الممارسة الإعلامية العربية الأمنية، وتقييم هذه الممارسة بشكل مستمر.

2. المكتب القطري للإعلام:

يتبع هذا المكتب إدارياً إلى وزارة الإعلام (أو جهة أخرى مناسبة حسب ظروف كل بلد). ويضم خبراء ومختصين في المجالات المختلفة ذات الصلة بالموضوع المني بمفهومه الشامل. يكون هذا المكتب الجهة الوحيدة عن الإعلام الأمني القطري.

تتحدد مهام المكتب كما يلي:

- وضع فلسفة للإعلام المني القطري انطلاقاً من الفلسفة العامة للإعلام الأمني الذي وضعها المكتب العربي للإعلام الأمني.
- وضع استراتيجية العامة للإعلام الأمني القطري في ضوء الاستراتيجية العامة للإعلام الأمني العربي التي وضعها المكتب العربي للإعلام الأمني، بما يستجيب للخصائص والسمات والظروف والإمكانيات المحلية.
- وضع السياسات والخطط والبرامج، وتحديد الوظائف والمهام والهداف، التي تضع الاستراتيجية والسياسة موضع التنفيذ، وتضمن إنجاز المهام، وتحقيق الأهداف.
- وضع خطة مركزية قطرية لتأهيل وإعادة تأهيل الكوادر الإعلامية المتخصصة في المجالات الإعلامية المنية كافة، وفي الوسائل الإعلامية

المختلفة، وذلك بالتعاون والتنسيق مع المكتب العربي للإعلام الأمني ولجنته المختصة بتأهيل الكوادر.

- تشكيل أقسام خاصة للإعلام المني في كل وسيلة إعلام جماهيري في القطر، وذلك بالتعاون والتنسيق مع قيادات هذه الوسائل، وبما يتناسب مع حجمها ونوعها، يحقق المكتب القطري تواصلاً دائماً ومستمراً مع هذه الأقسام، ويزودها بكل ما من شانه رفع مستوى أدائها.
- إجراء البحوث والدراسات الميدانية للتعرف على طبيعة النتاج الإعلامي الأمني، ومستواها، ومدى استجابة الجماهير له، ومدى مقدرته على تحقيق ما هو مطلوب منه من وظائف ومهام وأهداف، ومدى انسجامه مع الفلسفة والاستراتيجية والسياسية الإعلامية المنية.
- تأسيس وتنظيم وإدارة المركز القطري للمعلومات الأمنية، وجمع، وتخزين، وتبويب، وتصنيف المعلومات الأمنية، وتأمين السبل المناسبة للاستفادة منها، ووضعها تحت تصرف أقسام الإعلام المني في وسائل الإعلام الجماهيري المختلفة، وفي متناول الباحثين المهتمين بالموضوع الأمني، وذلك كله بالتنسيق والتعاون الدائمين والمستمرين مع المكتب العربي للإعلام الأمني ولجانه المختصة.
- إصدار الصحف والمجالات والنشرات (وفقاً لإمكانيات كل بلد ودرجة تطور وتعقد حياته الأمنية) التي تضمن تحقيق فلسفة وإستراتيجية وسياسة ووظائف ومهام وأهداف الإعلام الأمني القطري.
- تشكيل لجان قطرية خاصة بكل مجال من مجالات الإعلام الأمني.
- تشكيل لجنة خاصة معنية بتقييم أداء مختلف أقسام الإعلام الأمني الموجودة في وسائل الإعلام المختلفة.

قسم الإعلام الأمني:

يتم إحداث قسم خاص في كل وسيلة إعلام جماهير في القطر، يضم عدداً من الصحفيين المهتمين بالقضايا الأمنية المختلفة، وفق المفهوم الشامل للأمن.

تتحدد مهام هذا القسم على النحو التالي:

أ) يكون القسم مسؤولاً عن تحرير المادة الأمنية في الوسيلة الإعلامية المعنية من أخبار وتقارير وتحقيقات ومقابلات...الخ.

ب) التطبيق الخلّاق والمُبدع للفلسفة والإستراتيجية والسياسة الإعلامية الأمنية القطرية، وكذلك الإنجاز الخلاق والمبدع للوظائف والمهام والأهداف التي وضعها المكتب القطري للإعلام الأمني، وذلك بما يتناسب مع خصوصية كل وسيلة إعلامية، وإمكانياتها المادية والفنية، ونوعيتها، وشخصيتها، ونوعية ومستوى جمهورها.

ج) وضع الخطط اللازمة، وتامين الإمكانيات المادية الضرورية لإنتاج المواد الإعلامية الأمنية (وخاصة في التلفزيون).

د) التعاون والتنسيق الدائمين والمستمرين مع المكتب القطري للإعلام الأمني في كل ما يتعلق بالتغطية الإعلامية الأمنية.

ه) إقامة العلاقات الوثيقة مع الأجهزة والهيئات والشخصيات الخبرة والمسؤولة والاختصاصية المعنية بالشأن المني في مجالاته المختلفة[1].

تطوير التشريعات الإعلامية العربية والقطري، وذلك بسبب التطور العاصف في مجال التكنولوجيا، والمفاهيم، والوسائل، والتقنيات، والنظريات، وعدم مواكبة التشريعات عموماً.

تأهيل كادر إعلامي أمني عربي نوعي جديد وذلك باعتماد أحد الأسلوبين التالين(او كلاهما معاً):

إتباع أسلوب "إعلامي– مختص": الذي يقضي بأن نأخذ الكوادر الإعلامية المتخصصة تخصصاً في مجال الإعلام(خريجو كليات وأقسام الصحافة)، والذين لهم ميل خاص لمعالجة الموضوعات الأمنية.

---

(1) د. أديب خضر، الإعلام الأمني، مرجع سبق ذكره، ص 113– 116.

إتباع أسلوب "مختص – إعلامي": الذي يقضي بأن نأخذ الكوادر المتخصصة أساساً في مجالات أمنية أو ذات صلة وثيقة بالأمن. بمفهوم الشامل.(الجنائي، والاقتصادي، والبيئي، والقومي...الخ). والتي تمتلك موهبة وميلاً واضحين للعمل في مجال الإعلام.

كما أن تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة يتطلب ما يلي(1):

وهذا يتحقق من خلال والاقتراحات التالية أهمها هي:

- يجب العمل على نشر الوعي البيئي بين الجماهير على أوسع نطاق ممكن وذلك بإتباع كافة الطرق الممكنة كاستخدام وسائل الإعلام وإدخاله في المناهج التدريسية.
- وضع برنامج حكومي صارم لتنفيذ خطة مدروسة جيداً تحدد معدلات النمو السكاني عند المستويات التي تتناسب مع خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية الشاملة.
- ترشيد الاستهلاك لما في ذلك من فائدة لاقتصاد البلد وللبيئة المحلية والعالمية وأيضاً هنا يمكن إشراك كافة أشكال وسائل الإعلاو في ترشيد سلوك المستهلك وكبح جماح الاستهلاك المبالغ به إلى حد المرض النفسي حيث يكون المستهلك أسير دعايات التسويق والترويج التجاري.
- تشجيع إنتاج تكنولوجيا نظيفة بيئياً أو تساعد على حماية البيئة من التلوث.
- وضع معايير لحماية البيئة من التلوث. لا يسمح لأي نشاط إنتاجي كان أن يتجاوزها وهذا بدوره يؤدي إلى تشجيع إنتاج تكنولوجيا نظيفة بيئياً وإلى تقييد معدلات النمو الاقتصادي ضمن حدود أمنه بيئياً.

(1) د. نور الدين هرمز"التخطيط الاقتصادي"، مرجع سبق ذكره.

- تشكيل جهاز فني وإداري مختص لمراقبة الأمن البيئي في جميع مجالاته الحيوية (الجو، الماء، الأرض) والتنبيه إلى أنواع المخاطر التي تتهدد الأمن البيئي وتحديد تدابير الحماية اللازم اتخاذها.
- تعميم استخدام التخطيط الإقليمي على كافة المستويات والمراحل التخطيطية لأنه الوسيلة الأفضل لحماية البيئة.
- التركيز على محاربة الفقر وتقديم المساعدات إلى من هم أشد الناس فقراً لأنهم لا بديل لديهم غير تدمير بيئتهم.

الفصل التاسع عشر

الاقتراحات والتوصيات

الفصل التاسع عشر
الاقتراحات والتوصيات

نظراً لكثرة مشكلات الحياة في هذا العصر، ولذلك لا يمكن تغطيتها إلا بواسطة وسائل الإعلام والاتصال بكافة أنواعها القديمة والحديثة... وكل هذا يقتضي التخطيط العقلاني البيئي والإعلامي التكتيكي والاستراتيجي، الإقليمي والعالمي، الحضري والبيئي..الخ.

ومن الأساليب الممكن إتباعها، سواءً على المستوى العالمي، أو الإقليمي، أو العربي، أو القطري، نرى التالي:

اقتراحات عالمية:

- إن قضية البيئة قضية جميع سكان الأرض ولذلك ينبغي على المنظمات الدولية وخاصة منظمة الأمم المتحدة، التصدي للتلوث البيئي بكل أنواعه، وكما أن الموسيقى لغة عالمية تبث عبر كافة وسائل الإعلام. ويفهمها الجميع، كذلك فإن البيئة هي لغة عالمية ويجب أن تبث وخاصة عبر الوسائل المرئية للجميع للاستفادة منها، وبالتالي ضرورة:
- إحداث وكالة أنباء عالمية بيئية متخصصة، تابعة للأمم المتحدة.
- الدعوة إلى تحويل الميزانيات العسكرية العالمية إلى ميزانيات بيئية من أجل المحافظة على مستقبل الأجيال القادمة.
- الدعوة إلى وقف إنتاج وتجارب الأسلحة الكيماوية والذرية ونزع ما هو موجود منها وإتلافه.
- إيجاد مصطلحات بيئية موحدة، وكذلك إشارات وشاخصات بيئية دولية على غرار الشاخصات المرورية الدولية.
- الدعوة إلى التشجير والحفاظ على الغطاء النباتي ما أمكن.

- المراقبة الصارمة لعالم البحار، والثروات البحرية، والحفاظ عليها من استعمال المتفجرات وأساليب الصيد الجائر المؤدية إلى انقراض الحيوانات البحرية، وتلوث البيئة المائية.
- فتح كتاب أحمر في كل بلد، يحظر فيه اصطياد بعض الأنواع الحيوانية أو اجتثاث الغطاء النباتي، وخاصة الغابات المطرية المهددة بالانقراض.
- محاربة إنتاج التكنولوجيا الملوثة، وتشجيع إنتاج غير الملوثة منها.
- التضامن العالمي بين الأحزاب البيئة في كل أنحاء العالم.
- إصدار القوانين الملزمة الواقية لطبقة الأوزون.
- عقد المزيد من المؤتمرات الدولية البيئية والإعلامية.
- التوجه العالمي لوسائل الإعلام والاتصال لتوظيفها بما يخدم البيئة والإعلام.
- لا بدّ من وضع حد لأزمة الانفجار السكاني العالمي وخاصة في الدول النامية حفاظاً على البيئة العالمية لأن الزيادة السكانية تعني بشكل أو بآخر زيادة الضغط على الموارد البيئية المتجددة وغير المتجددة، يظهر ذلك من خلال استنزاف تلك الموارد لتلبية احتياجات الإنتاج والاستهلاك المتزايدة ومن خلال المخلفات الضارة بيئياً لكل النشاطين.
- الاهتمام بالوعي البيئي وذلك بالحفاظ على التوازنات التالي:

▪ الحفاظ على البيئة مع الحفاظ على معدلات نمو اقتصادية هامة.
▪ بين استغلال الموارد الطبيعية والحفاظ على قدرة الموارد البيئية المتجددة على التجديد.
▪ وبين الحفاظ على البيئة والحفاظ على معدلات النمو السكاني المناسب وذلك من خلال تكثيف برامج تثقيفية إعلامية متطورة.
▪ التركيز على الإنسان كمورد أول في التنمية والاهتمام بمقدراته كي يحقق التنمية المستدامة.

الاتجاه حثيثاً نحو تعزيز السلام الدولي بغية إيقاف طوفان الحروب التي تضرب الهداف الثلاثة (البيئة– التنمية– الطاقة) في آن معاً إذ أن الحروب على

منابع النفط كالحبين العبثيتين العراقية – الإيرانية (1980– 1988) أو حرب الخليج (1990– 1991) أهدر ما لا يقل عن/650/ مليار دولار جاءت خصماً من رصيد التنمية العربية وهي موارد كانت على الأقل كافية لإسقاط عبء المديونية عن كاهل العرب ودفعت البيئة ذلك الثمن الباهظ.

- أن تتخذ الإجراءات الحكومية اللازمة لتطوير مؤسسات العمل التنموية والبيئية والإعلامية لتعبئة قطاعات المجتمع كافة للوصول إلى تحقيق التنمية المستدامة والإعلام المستدام.

في المجال المدرسي– الأكاديمي، حيث يمكن إتباع الإجراءات التالية:

- إدخال مادة التربية البيئية والسكانية والإعلامية– والعلوم البيئة –السكانية– الإعلامية في البرامج المدرسية منذ الابتدائية وحتى نهاية المعهد، وكافة كليات الجامعة، والعمل على تطوير البحث العلمي في مجال البيئة والإعلام.
- إحداث معهد مستقل متخصص بعلوم البيئة والإعلام.
- إعداد البحوث العلمية – وكتابة أطروحات الماجستير والدكتوراه في الكثير من المواضيع البيئية والإعلامية.
- تشجيع الكتابات والمؤلفات العلمية البيئية والإعلامية.
- وجميل أن تقترح جائزة (نوبل) للأخلاقيات الإنسانية تجاه الأرض، والطبيعة والبيئة، الخ. والجمل أن تقترح جوائز محلية لمن كتب أو عمل عملاً مميزاً لصالح البيئة المحلية.
- تشجيع الفن المسرحي والسينمائي المعالج للبيئة.
- وكذلك ضرورة إنتاج وعرض الأفلام الوثائقية البيئة (المحلية والعالمية)..الخ.

في المجال الإيديولوجي:

- ضرورة تشجيع المنظمات والأحزاب البيئية العالمية والإقليمية والقطرية، وإتاحة الفرصة لتشكل الأحزاب الخضراء وإصدار أدبياتها بدون قيود.
- كذلك ضرورة اعتبار أن الفقر أكبر ملوث للبيئة الاجتماعية والحياتية وأن الجهل والأمية والتخلف أكبر مدمّر للبيئة والإعلام، وان المرض الفيزيولوجي الخلقي، والخُلُقي النفسي، من نتائج البيئة الملوثة.
- تشجيع الآداب والفنون البيئية وربط النظرة الجمالية لدى الإنسان بالبيئة وبالتالي خلق القيم ومعايير التقييم البيئية (كالموقف السلبي ضد من يقطع شجرة، أو يرمي الأوساخ في الطريق..الخ) والموقف الإيجابي من أصدقاء البيئة في كافة أوجهها.
- الإكثار من الأعياد البيئية، حتى تصبح عادات وتقاليد راسخة مع الزمن، مثل عيد الشجرة، عيد الزهور، عيد شم النسيم...الخ.

اقتراحات سلوكية، صحية واجتماعية إعلامية:

إذا استطاع الإنسان قهر الطبيعة في مجالات كثيرة، ولكنه لم يستطع جعلها تتكيف معه، لذلك عليه أن يعيد حساباته قبل فوات الأوان، ليتكيف معها، وبالتالي إمكانية استعمال وسائل الإعلام في تحقيق ذلك، مثل:

- ضرورة التوعية الإعلامية الموجهة إلى المواطنين عبر كل وسائل الإعلام ومن خلال شعارات توضع في الأماكن المنسبة، مثل: (ضع النفايات في المواضيع المخصصة لها، لا تدخن في الأماكن العامة، لا تدع السيجارة تختصر سنوات عمرك، تجنب لمس المواد السامة، أو وضعها في أرضك، أو منزلك، حافظ على نظافة مدينتك، لا تكن مصدر ضجيج تزعج فيه الآخرين، درهم وقاية خير من قنطار علاج، لا تشعل النار في الغابة أو قربها، اغسل الفاكهة والخضروات جيداً قبل تناولها ..الخ.

- ضرورة تدعيم التوعية البيئية، بإصدار قوانين بيئية وإعلامية صارمة، التي تفرض للحد من التلوث الناتج (الدخان، الضجيج، الغبار، الحرائق...) وحماية الشجرة والتلوث والغابة بالعقوبات الشديدة على من يضر بهما.
- كذلك يمكن القول أن السلوكية الصحيحة تجاه البيئة من قبل البعض وتقييم ذلك إيجابياً، وتعميم ذلك عبر وسائل الإعلام، يمكن أن يؤدي إلى نشر الفضيلة والقيم البيئية الجديدة ومعايير التقييم البيئية، بين كل الذين يرون تلك السلوكية عبر الوسائل الإعلامية المناسبة، وبالتالي التحلي بالقيم البيئية، اقتداء بمن أثني عليهم.

في مجال التقنية الإعلامية– والثقافة البيئية:

يمكن أخذ التالي بعين الاعتبار:

ضرورة تامين وسائل الإعلام اللازمة للمواطنين بسعر الكلفة سواءً عن طريق الإنتاج المحلي، أو الاستيراد بدون جمارك، حيث عن طريقها يمكن توجيه التوعية البيئية، فعن طريق الراديو يمكن بث (القصص– الأخبار– التحذيرات، الواجبات..) البيئية..الخ. كذلك بواسطة التلفزيون يمكن عرض الأفلام البيئية والإعلامية، والمناطق الطبيعية قل التلوث وبعده..

- ضرورة الاشتراك في البرامج التلفزيونية العالمية، عبر الأقمار الاصطناعية، وذلك ليتسنى لكل المواطنين المشاركة العالمية، للاستفادة القصوى من آخر المنجزات الإعلامية في كافة المجالات، ولا سيما في المجالات البيئية والإعلامية المتخصصة، والتي بإمكانها تأمين المعلومات البيئية والإعلامية اللازمة لكل مناطق العالم.
- إصدار الصحف والمجلات البيئية المتخصصة، وكذلك المزيد من إنتاج الأفلام السينمائية البيئية.

- طبع الكتيبات والنشرات البيئية والإعلانية المصورة الملونة، وتوزيعها بسعر الكلفة وخاصة على المؤسسات والمنظمات الشعبية والرسمية.
- زيادة عدد محطات الإذاعة والتلفزيون كماً ونوعاً، وكذلك زيادة عدد الساعات وبالتالي الإكثار من البرامج الإذاعية والتلفزيونية البيئية الإعلامية.
- تأمين الرادارت البيئية الحديثة، واستعمال الكمبيوتر، والاشتراك في بنوك المعلومات البيئية الدولية.
- إتاحة الفرصة أمام البيئيين والإعلاميين من العلماء والأطباء المهندسين الوراثيين، لاستعمال وسائل الإعلام لإجراء المحاضرات والندوات البيئية الإعلامية التثقيفية لسد الفراغ البيئي الكبير.
- ضرورة وضع إشارات بيئية دولية وتوزيعها حيث يجب، وذلك على غرار إشارات المرورية الدولية.
- إجراء الدورات التدريبية البيئية اللازمة للصحفيين والإعلاميين والمبرمجين والإذاعيين والكوادر الإعلامية البيئة اللازمة لمسايرة المرحلة البيئية المعاصرة.
- إقامة مهرجانات للأغنية العربية البيئية، وكذلك المعارض الفنية ومعارض التصوير الضوئي البيئية.
- إعداد رحلات ميدانية، وإقامة مسكرات بيئية والإعلامية لإصلاح الأماكن البيئية المتهتكة.
- ضرورة إحداث معهد للدبلجة إلى اللغة العربية الفصحى لكل الإعلام البيئي الأجنبي، لتكون المعلومة المعروضة في متناول المواطن العربي حتى الأمي منه، من الخليج إلى المحيط.
- ولا ستكون مركزة الإعلام البيئي العربي (محطات تلفزيون- إذاعة- صحف- مجلات- كتب- نشرات- مراكز توثيق إعلامية، مراكز عربية للتدريب الإذاعي والتلفزيوني، ومراكز ترجمة ودبلجة، أرشفة عربية مركزية..الخ) ذات فائدة كبيرة لكل العرب بدون استثناء...ولا سيما أن البيئة العربية

متفاوتة لوقوع أغلبها على البحر الأبيض المتوسط، والأحمر، والخليج العربي، وعلى خطوط عرض متقاربة.

- عقد المزيد من الدورات والندوات والمؤتمرات الصحية والطبية والإعلامية الدولية، وتعميم البحوث الخاصة بالأمراض الناتجة عن التلوث البيئي.
- تخصيص برامج إعلامية دورية كافية، من أجل المحافظة على جودة الحياة وتحسينه.
- وزيادة عدد الساعات المخصصة عن الكوارث البيئية (المخلخلة بتوازن البيئة)، أسبابها، أغراضها، نتائجها، حلولها...

المراجع باللغة العربية والأجنبية

أ. المراجع باللغة العربية:

- د. عواطف عبد الرحمن،" قضايا إعلامية معاصرة في الوطن العربي"، القاهرة، 1997.
- د. تركي صقر،" الإعلام العربي وتحديات العولمة"، وزارة الثقافة، دمشق، 1998.
- د. نوري الدين هرمز، التخطيط الاقتصادي، جامعة تشرين، اللاذقية، 2001–2002.
- د. سيد محمد، محمد، الإعلام والتنمية، ط3 (القاهرة، دار الفكر العربي،1985).
- د. سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام،ط1 (القاهرة، عالم الكتب، 1984).
- د. محمود قاسم زنبوعة، التنمية الاقتصادية، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين – اللاذقية، 1995– 1996 دمشق، 2012
- مصطفى يوسف كافي، صناعة السياسة – الأمن والجرائم السياحية، دار رسلان، دمشق.
- موسوعة الطبيعية، مكدونالد الشرق الأوسط، مؤسسة نوفل– بيروت، لبنان، 1989.
- هربرت اشيللر، ترجمة عبد السلام رضوان، المتلاعبون بالعقول، سلسلة عالم المعرفة، العدد رقم 106، الكويت.
- د. مصطفى المصمودي: النظام الإعلامي الجديد، سلسلة عالم المعرفة، العدد /94/ تشرين الأول/1985.
- جان الكسان،" الإعلام..ووسائل الاتصال الحديث"، مقال في مجلة الوحدة، العدد(90) آذار – 1992،إصدار المغرب العربي– الرباط.

- د. أحمد أبو زيد، "الإعلام والرأي العام"، مجلة عالم الفكر، مقدمة ملف: الإعلام والرأي العام، الكويت، المجلد الرابع عشر، العدد(4) /كانون الثاني وشباط وآذار/1984.
- د. عواطف عبد الرحمن، "قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث"، سلسلة عالم المعرفة، العدد(78)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، يونية،1984.
- د. ماجد محمد شدود، "العولمة"، دمشق.
- تغريد أحمد مسلم، "التسويق السياحي – فن الاتصال والتفاوض"، دار النمر للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق
- آرثر آسا بيرغر، ترجمة: صالح خليل أبو إصبع، "وسائل الإعلام في المجتمع"، سلسلة عالم المعرفة، العدد(386)، مارس،2912، الكويت.
- د. اديب خضور، "الإعلام المتخصص، الاقتصادي، الرياضي، الثقافي، السكاني، العلمي، خصائص الكتابة للإذاعة والتلفزيون، دمشق، 2003.
- د. وجيه الشيخ– الإعلام والدعاية، دمشق، 1989
- الزبير سيف الإسلام، الإعلام والتنمية في الوطن العربي، 1981
- د. محمد حجاب،الإعلام والتنمية الشاملة، القاهرة،1998
- عبد المجيد شكري، "الاتصال الإعلامي والتنمية، آفاق المستقبل وتحديات قرن جديد، القاهرة، 1985.
- شاهيناز محمد طلعت، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، دراسات نظرية مقارنة ميدانية في المجتمع الريفي، القاهرة، 1995.
- حسنين توفيق، الدولة والتنمية في مصر، الجوانب السياسة، دراسة مقارنة، القاهرة، 2000.
- د. سعيد محمد الحفار في كتابه " أضواء على مفاهيم السياسية، الإستراتيجية، التخطيط"، الجمهورية العربية السورية، هيئة الموسوعة العربية، دمشق،2003.

- د. نزار سعد الدين العيسى ود. إبراهيم سليمان قطف، "التحليل الكلي"، دار الحامد، الأردن، عمان، 2006.
- ولبور شرام، " أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية"، دور الإعلام في البلدان النامية، القاهرة، 1970
- محمود فهمي الكردي، التخطيط للتنمية الاجتماعية(القاهرة، دار المعارف، 1977).
- د. سعيد محمد الحفار، أضواء على مفاهيم السياسية، الاستراتيجية، التخطيط، دمشق 2003.
- جيهن رشتى، مفهوم التخطيط الإعلامي وأهميته(القاهرة، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1980).
- أسامة أمين الخولي (تقديم) قضية التخطيط الإعلامي في الوطن العربي (القاهرة، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1980).
- جمال الدين العطيفى، الحق في الإعلام وعلاقته بالتخطيط الإعلامي على المدى البعيد مع اهتمام خاص بالدول النامية (القاهرة، اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلام باليونسكو، 1979).
- زيدان عبد الباقي، وسائل وأساليب الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والإدارية والإعلامية، ط2 (القاهرة، النهضة المصرية،1979).
- د. نورالدين هرمز، التربية السكانية والبيئة، مجلة جامعة تشرين، اللاذقية، العدد/2/لعام 2000.
- زرنوح ياسمينة: إشكالية التنمية المستدامة وواقع التنمية في الجزائر ،مذكرة ماجستير تحت إشراف: زروقي مصطفى،قسم العلوم الاقتصادية،فرع التخطيط، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير،جامعة الجزائر،2006، (دراسة غير منشورة)
- د. فياض سكيكر، د. محمد سليمان، د. ناظم عيسى، مقدمة في الثقافة البيئية.1997.

- د. جمال الجاسم المحمود،" دور الإعلام في تحقيق التنمية والتكامل الاقتصادي العربي"، مقال، في مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية– المجلد 20 العدد الثاني،2004.
- د. منذر خدام،" العولمة وطبيعة العصر"، مجلة المعرفة، العدد (476)، أيار،2003، إصدار وزارة الثقافة،دمشق.
- باسم غدير غدير،" الاقتصاد العربي..نحو نمط اقتصادي جديد،"، دار المرساة، اللاذقية – سوريا، 2001.
- د. إسماعيل شعبان"أبعاد العولمة المعاصرة وأخطارها"، مقال في جريدة الجماهير، حلب، سوريا،2001/5/20
- الجار الله. جار الله، الشواف.ناصر،" العولمة وتحديات المستقبل"، جريدة الرشاد، العدد 9، السنة الخمسة، تموز2000.
- د. مصطفى محمد العبد الله، "العولمة الاقتصادية وآثارها في البلدان العربية، مقال فجلة بناة الأجيال، العدد (32) تشرين الأول، 1999 .
- مجموعة المؤلفين،" العولمة ظاهرة العصر"، عالم الفكر، المجلد،(28)، العدد(16/2)/الكويت،1999.
- د. جلال أمين،" العولمة والدولة"، ملف العرب والعولمة، المستقبل العربي، بيروت، العدد(228)،1998.
- د. تركي صقر،" عولمة الإعلام بيت تصادم الهويات وتفاعلها: مقال في مجلة المعرفة، العدد(504) أيلول/2005م،وزارة الثقافة،دمشق.
- العولمة والهوية – الصادر عن أكاديمية المملكة المغربية عام 1997 .
- د. م. بريمو ميسون،" التنمية المستدامة وتحديات البيئة"، 2003.
- هربرت شيلر أ،" المتلاعبون بالعقول"، ترجمة عبد السلام رضوان سلسلة عالم المعرفة، الكتاب رقم (243) ط2(الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1999).
- مارتين، بيتر وشومان، هارالد "فخ العولمة– الاعتداء على الديمقراطية والرفاهية" ترجمة د. عدنان عباس علي ومراجعة د. رمزي زكي، سلسلة كتب

عالم المعرفة، الكتاب. رقم(238) (الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، تشرين الأول 1998).

- احمد مصطفى عمر، " إعلام العولمة وتأثيره في المستهلك" المستقبل العربي "العدد (256) 6/ 2000 (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية،2000)،
- روشكييف دافيد" في مديح الإمبريالية الثقافية"، ترجمة أحمد خضر، الثقافة العالمية، (الكويت) العدد 85 تشرين الثاني/ كانون الأول 1997.
- عبد الإله بلقزيز" العولمة والهوية الثقافية: عولمة الثقافة أم ثقافة العولمة؟"" المستقبل العربي، العدد(229)،1998/3(بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 1998).
- الحارثي، فهد العرابي 1999: العولمة والفضائيات العربية. محاضرة ألقيت في مكتبة عبد العزيز العامة، الرياض.
- بلقزيز، عبد الاله 1998: العولمة والهوية الثقافية، عولمة الثقافة أم ثقافة العولمة ، المستقبل العربي العدد 229 مركز دراسات الوحدة العربية بيروت.
- د. هاني الخوري، تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الحادي والعشرين، الجزء الول، دار الرضا للنشر، دمشق، 1998.
- باسم غدير غدير، الفجوة التقنية وقيادة العالم في ظل الثورة العلمية التكنولوجية المعاصرة، دار المرساة، اللاذقية – دمشق، 2006.
- الأسبوع الأدبي، العدد رقم(602) تاريخ 1998/3/14،ص19.
- مكافحة جرائم السياحة،المركز العربي للدراسات الأمنية، الرياض، 1986.
- د.أديب خضور، اقتصاديات البيئة، وزارة الثقافة، دمشق 1997.
- علي أسعد بركات، الأمن الاجتماعي، وازاه الثقافة، دمشق،2011/.
- عبد المنعم المشاط، المم المتحدة ومفهوم الأمن، مجلة السياسة الدولية، العدد:84، دار الأهرام، القاهرة،1986.
- روبرت مكنمارا"جوهر الأمن" ترجمة يونس شاهين.
- علي فايز الجحني، الإعلام الأمني والوقاية من الجريمة، منشورات أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية العدد 254 ،2000

- أمين هويدي، العسكرة والأمن في الشرق الأوسط: تأثيرها على التنمية والديمقراطية، دار الشروق، بيروت، 1991.
- على فايز الجحني، المفهوم الأمني في الاسلام، العدد الثاني/ منشورات وزارة الداخلية في المملكة العربية السعودية، 1989.
- مصطفى العوجي، المن الاجتماعي، مقوماته، تقنياته، ارتباطه بالتربية المدنية، مؤسسة نوفل، ط1، بيروت، 1983.
- محمد فتحي الحريري، "مسألة الأمن الدوائي العربي"، مقال في مجلة الوحدة، العدد(84)، أيلول/1991، المغرب العربي– الرباط.
- د. أديب خضور، الأعلام الأمني، المكتبة الإعلامية، دمشق.
- نبيل رمزي اسكندر، الأمن الاجتماعي وقضية الحرية، علم الاجتماع وقضايا الإنسان والمجتمع، الكتاب السادس عشر، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1988.
- عبد الله الشيخ المحفوظ ولد بيه، المن في الإسلام وثقافة التسامح والوئام، منشورات أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 1999، العدد 203.
- د. سمير المقدسي، "التكتل الاقتصادي العربي والعولمة على مشارف القرن الحادي والعشرين" مجلة شؤون عربية، أيلول 2000.

ب. المراجع باللغة الأجنبية:

- Harold Braun thinking about national security N.Y.ncmillan 1983
- http://www.un.org/arabic/esa/desa/aboutas/dsd.html
- http://www.ituarabic.org/previousevents/2004/envinnomment/documents
- www.org/content/nseer.doc
- http://www.islamonline.net/iol–arabic/dowalia/mafaheem–13.asp
- http://www.sste– eg.org/sste/nadawat/b2.htm
- http://www.islamonline.net/Discussion/arabic/bbs.asp?action=maintaParID=585735&aPathID=193&aTpID=585735&aGroupID=105860&
- William.b.Stapp. Environment Education Activities Manual Second Printed Michinan.u.s.a.



للنشر والتوزيع



للنشر والتوزيع

الإعلام
التنموي والبيئي





الأردن - عمان - وسط البلد - ش. السلط - مجمع الفحيص التجاري
تلفاكس: 96264632739+ - خلوي: 962795651920+
ص.ب. 8244 عمان 11121 الأردن
الأردن - عمان - الجامعة الأردنية - شارع الملكة رانيا العبد الله
مقابل كلية الزراعة - مجمع سمارة التجاري
Email: Moj_pub@yahoo.com - info@muj-arabi-pub.com
www.muj-arabi-pub.com



الأردن - عمان - مرج الحمام - شارع الكنيسة - مقابل كلية القدس
هاتف : 96265713906+ فاكس : 96265713907+
جوال : 797950880-00962
الأردن - عمان - الجامعة الأردنية - شارع الملكة رانيا العبد الله
مقابل كلية الزراعة - مجمع سمارة التجاري
هاتف : 96265347917+ فاكس : 96265347918+
info@al-esar.com - www.al-esar.com


9789957834289